

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»

Кафедра філософії

УПРАВЛІНСЬКА РОБОТА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ НАУКОВИХ ПРОЄКТІВ

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК

для підготовки здобувачів
другого (магістерського) рівня вищої освіти
галузі знань 03 «Гуманітарні науки»,
спеціальності 033 «Філософія»

Одеса
Фенікс
2024

УДК 005.3(073)+005.8(073)
У66

Рекомендовано навчально-методичною радою
Національного університету «Одеська юридична академія»
(протокол № 1 від 24 вересня 2024 р.)

Укладачі:

Мельничук О. С. – доктор юридичних наук, професор, професор кафедри філософії та кафедри загальної теорії права та держави Національного університету «Одеська юридична академія» (ORCID ID 0000-0002-3557-5934);

Чувакова Г. М. – кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри загальної теорії права та держави Національного університету «Одеська юридична академія» (ORCID ID 0000-0001-6380-1233).

Рецензенти:

Атаманюк З. М. – доктор філософських наук, доцент, професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Іванова О. С. – кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри мистецтвознавства та загально-гуманітарних дисциплін Міжнародного гуманітарного університету.

Управлінська робота та впровадження наукових проєктів :

У66 навч.-метод. посіб. для здобувачів другого (магістер.) рівня вищ. осв. галузі знань 03 «Гуманітарні науки», спец. 033 «Філософія» [Електронне видання] / уклад.: О. С. Мельничук, Г. М. Чувакова ; Нац. ун-т «Одеська юрид. академія». – Одеса : Фенікс, 2024. – 106 с. – Режим доступу: [https:// ...](https://...)

ISBN 978-617-8430-21-4

Навчально-методичний посібник призначений для здобувачів вищої освіти, які вивчають дисципліну «Управлінська робота та впровадження наукових проєктів».

У посібнику викладено зміст навчальної дисципліни за темами лекцій та практичних занять, практичні завдання з курсу, перелік тем для самостійної роботи, питання для перевірки знань з навчальної дисципліни, а також рекомендований перелік джерел.

Навчально-методичний посібник підготовлено відповідно до освітньої програми «Філософія медійних практик» за спеціальністю 033 «Філософія» і рекомендовано використовувати у навчальній роботі при підготовці фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.

УДК 005.3(073)+005.8(073)

ISBN 978-617-8430-21-4 © О. С. Мельничук, Г. М. Чувакова, 2024

Зміст

Передмова	4
Вступ	5
Тематичний план	9
Тема 1. Роль та значення наукових проєктів у сфері філософії медійних практик	10
Тема 2. Управлінська робота щодо організації дослідницької команди наукового проєкту	16
Тема 3. Вибір теми дослідження та постановка актуальних дослідницьких завдань	24
Тема 4. Розробка та реалізація міждисциплінарних методологічних принципів у наукових проєктах	33
Тема 5. Використання інноваційних та інтеграційних підходів у керуванні науковими проєктами медійних практик	44
Тема 6. Антропологічний, аксіологічний та цивілізаційний підходи у розв'язанні складних наукових задач	54
Тема 7. Управлінська робота щодо збору, аналізу та інтерпретації даних у наукових проєктах з філософії медійних практик	67
Тема 8. Інформаційно-організаційний супровід та комунікаційні технології презентації результатів наукових проєктів	78
Тема 9. Впровадження наукових проєктів у вітчизняні та європейські інтеграційні медійні практики	88
Питання для підготовки до іспиту	96
Рекомендований перелік джерел	101

ПЕРЕДМОВА

*Шановні здобувачі,
викладачі та науковці!*

Навчально-методичний посібник з дисципліни «Управлінська робота та впровадження наукових проєктів» в рамках освітньої програми «Філософія медійних практик» є результатом опрацювання матеріалу великого обсягу, що має на меті забезпечити вас необхідними знаннями та інструментами для успішної наукової роботи у галузі медійних практик.

На сучасному етапі розвитку медійної сфери та інформаційних технологій, здійснення наукових досліджень та проєктів стає важливим елементом професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі філософії медійних практик. Саме тому розроблений цей посібник, для того, щоб сприяти розвитку вашої управлінської та дослідницької активності, креативності та наукової компетентності.

У навчально-методичному посібнику ви знайдете практичні поради щодо керування науковими проєктами, обрання теми дослідження, збору та аналізу даних, оформлення наукових робіт та публікації результатів. Також надається інформація щодо доступу до наукових ресурсів, основних та додаткових джерел, ресурсів відкритого доступу тощо.

Кожен із здобувачів має потенціал стати успішним організатором наукових проєктів, науковцем, сприяти розвитку медійної сфери та має можливість участі у наукових конференціях та семінарах. Наукова робота важлива, тому підтримка на цьому шляху не є зайвою. Бажаємо вам невичерпного натхнення, цікавих відкриттів та наукових досягнень у світі медійних практик!

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Управлінська робота та впровадження наукових проєктів» пропонує здобувачам поглибити своє розуміння наукових методів та практичних аспектів організації, проведення та впровадження досліджень у медійному середовищі.

Метою викладання навчальної дисципліни є надання здобувачам комплексних знань, практичних навичок та умінь, необхідних для успішного планування, реалізації та управління науковими дослідженнями у сфері медіа. Мета полягає в тому, щоб здобувачі вищої освіти здобули розуміння процесу вибору теми дослідження, розробки методології, збору та аналізу даних, а також уміння відтворити результати дослідження в науковому, аргументованому форматі. Курс передбачає підготовку висококваліфікованих фахівців з філософії, які виконують професійну діяльність у сфері управління та комунікації, володіють теоретичними знаннями та практичними навичками, необхідними для розв'язання складних задач дослідницького та інноваційного характеру у сфері філософії та гуманітаристики. Дисципліна спрямована на підготовку студентів до впровадження новаторських дослідницьких проєктів, що сприятимуть розвитку медійних практик та використанню нових підходів у цій сфері.

Коротким описом предметної сфери є вивчення ефективного планування, керування та впровадження наукових проєктів в медійних сферах. В рамках курсу здобувачі отримують навички розробки дослідницьких питань, вибору методології, аналізу даних та подання результатів дослідження. Результатом навчання буде поглиблене розуміння процесу управління та впровадження наукових проєктів у медійній сфері.

Опанування курсу передбачає читання лекцій, проведення практичних занять, виконання самостійної та індивідуальної роботи та складання іспиту. Особлива увага приділяється прищепленню та забезпеченню розвитку аналітичного мислення, здатності аргументувати думку, володінню знаннями зі сфери філософії та технологіям керування та творення наукових проєктів.

Навчальна дисципліна «Управлінська робота та впровадження наукових проєктів» ставить наступні **завдання**:

- розв'язувати інноваційні та дослідницькі завдання у сфері філософії та гуманітаристики;
 - проводити наукові дослідження на високому рівні, використовуючи сучасні методологічні стратегії;
 - ефективно застосовувати інформаційно-комунікаційні технології в професійній діяльності;
 - розробляти та керувати науковими проєктами у сфері філософії та з дотичних міждисциплінарних проблем;
 - формулювати та обґрунтовувати актуальні філософські ідеї, чітко викладаючи результати досліджень та здійснюючи інформаційно-організаційний супровід професійної діяльності;
 - виявляти, осмислювати та вирішувати актуальні філософські та міждисциплінарні проблеми;
 - застосовувати філософські методи для аналізу та інтерпретації текстів у сфері медійних практик;
 - використовувати нові підходи до розв'язання складних задач;
 - приймати ефективні управлінські рішення в науковій і професійній діяльності у сфері філософії;
 - використовувати знання для підтримки євроінтеграційних процесів та проведення експертної оцінки таких процесів у наукових проєктах.

Ці завдання допоможуть здобувачам розвинути навички управлінської роботи щодо наукових проєктів та підготувати їх до успішної роботи в галузі філософії медійних практик.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми після вивчення дисципліни «Управлінська робота та впровадження наукових проєктів» здобувачі повинні:

- розв'язувати задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері філософії та гуманітаристики;
 - проводити наукові дослідження на відповідному рівні;
 - ефективно використовувати інформаційно-комунікаційні технології в професійній діяльності;
 - мати здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
 - розробляти проєкти та управляти ними;

- формулювати та аргументувати актуальні філософські ідеї, доказово й обґрунтовано викладати результати дослідження;
- обирати і застосовувати найбільш ефективну методологічну стратегію дослідження;
- здійснювати інтелектуальний пошук, виявляти і критично осмислювати актуальні проблеми сучасної філософської думки, розробляти їх в рамках власного філософського дослідження;
- розробляти і реалізовувати наукові та/або прикладні проекти у сфері філософії та з дотичних міждисциплінарних проблем;
- брати участь у наукових дискусіях з філософії та міждисциплінарних проблем, обговореннях філософських питань з експертами з інших галузей знань;
- аналізувати, оцінювати і прогнозувати соціальні, політичні, економічні та культурні процеси із застосуванням фахових знань та спеціалізованих навичок розв'язання складних задач філософії;
- використовувати набуті знання щодо управлінської роботи та керування науковими проектами у напрямку європейської та євроатлантичної інтеграції України, зокрема проводити світоглядний аналіз та етико-ціннісну експертизу інтеграційних процесів у наукових дослідженнях;
- приймати ефективні рішення з питань управління складною професійною та/або навчальною діяльністю у сфері філософії;
- ефективно здійснювати аналітичне обґрунтування та інформаційно-організаційний супровід професійної діяльності.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 годин / 3 кредити ECTS.

Підсумковою формою контролю є іспит.

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти щодо опанування навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Одеська юридична академія».

Критерії оцінювання знань здобувачів:

Оцінка виставляється за національною чотирибальною шкалою: «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно». При оцінці за основу слід брати повноту і правильність виконання завдань.

1. Оцінка «5» (відмінно) ставиться в тому разі, коли відповідь здобувача правильна, повна, послідовна, логічна; здобувач впевнено

володіє фактичним матеріалом з усього курсу, вміє застосовувати його щодо конкретно поставлених завдань.

2. Оцінка «4» (добре) ставиться в тому разі, коли відповідь правильна, послідовна, логічна, але здобувач допускає у викладі окремі незначні пропуски фактичного матеріалу вміє застосувати його щодо конкретно поставлених завдань.

3. Оцінка «3» (задовільно) ставиться у тому разі, коли здобувач володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, невірно формулює основні теоретичні положення та причинно-наслідкові зв'язки.

4. Оцінка «2» (незадовільно) ставиться в тому разі, коли здобувач виявляє незнання більшої частини фактичного матеріалу або здобувач відмовляється відповідати на поставлені питання.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

100-бальною шкалою	Шкала за ECTS	За національною шкалою	
		Екзамен	залік
90-100	A	Відмінно	зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D	Задовільно	
60-63	E		
1-59	Fx	Незадовільно	не зараховано
1-34	F		

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

	Назва теми	Лекційні заняття (год.)	Практичні заняття (год.)	Самостійна робота (год.)
1.	Роль та значення наукових проєктів у сфері філософії медійних практик	2	2	3
2.	Управлінська робота щодо організації дослідницької команди наукового проєкту	2	2	3
3.	Вибір теми дослідження та постановка актуальних дослідницьких завдань	2	2	3
4.	Розробка та реалізація міждисциплінарних методологічних принципів у наукових проєктах	2	3	3
5.	Використання інноваційних та інтеграційних підходів у керуванні науковими проєктами медійних практик	2	2	4
6.	Антропологічний, аксіологічний та цивілізаційний підходи у розв'язанні складних наукових задач	2	2	3
7.	Управлінська робота щодо збору, аналізу та інтерпретації даних у наукових проєктах з філософії медійних практик	2	2	3
8.	Інформаційно-організаційний супровід та комунікаційні технології презентації результатів наукових проєктів	2	2	4
9.	Впровадження наукових проєктів у вітчизняні та європейські інтеграційні медійні практики	2	3	4

Тема 1

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ НАУКОВИХ ПРОЄКТІВ У СФЕРІ ФІЛОСОФІЇ МЕДІЙНИХ ПРАКТИК

Лекційні питання:

Мета вивчення полягає у: визначенні ключових аспектів сучасних медійних практик, які потребують аналізу; оцінці переваг наукових проєктів для розвитку нових теоретичних підходів і концепцій; розширенні наукового розуміння медійних практик та сприянні покращенню їх реального застосування через наукові знання.

1. Аспекти сучасних медійних практик, які вимагають наукових досліджень та аналізу.
2. Переваги відкриття наукових проєктів та розвиток у філософії медійних практик.
3. Вплив наукових проєктів на формування нових теоретичних підходів і концепцій.
4. Виклики та проблеми, які можуть бути вирішені завдяки науковим проєктам.
5. Результати наукових проєктів у сфері філософії медійних практик, які можуть бути використані на практиці.

Зміст лекції

1. Аспекти сучасних медійних практик, які вимагають наукових досліджень та аналізу.

Питання аспектів сучасних медійних практик, які вимагають наукових досліджень та аналізу, ставить акцент на важливості вивчення і розуміння актуальних явищ у медіа-сфері. Тут визначається необхідність проведення наукових досліджень для аналізу сучасних медійних практик, що стають все складнішими та впливовішими в сучасному суспільстві. Слід наголосити на тому, що роль науки у розкритті нових тенденцій та викликів, які супроводжують розвиток медійної індустрії, зростає. Є очевидним, що сучасні медійні практики потребують серйозного дослідження та аналізу, щоб зрозуміти їхні наслідки для суспільства та культури. Такі дослідження

можуть допомогти вдосконалити та адаптувати медійну практику до сучасних вимог і реалій.

У цій сфері наукові дослідження особливо важливі для розуміння впливу соціальних мереж на сучасну комунікацію та інформаційний обмін. Також, наукові дослідження можуть допомогти вивчити етичні аспекти використання медійних технологій та вплив певних медійних форматів на суспільство. Це включає вивчення алгоритмів, які керують розповсюдженням інформації, та їхній вплив на формування громадської думки. Важливість таких досліджень підкреслюється швидким розвитком медійних технологій, які змінюють спосіб, у який люди сприймають та обробляють інформацію. Аналіз цих аспектів допоможе не тільки краще зрозуміти сучасні медійні практики, але й сприяти створенню більш етичних, інклюзивних та відповідальних медіа-просторів.

2. Переваги відкриття наукових проєктів та розвиток у філософії медійних практик.

Відкриття наукових проєктів у сфері філософії медійних практик має низку важливих переваг. По-перше, це сприяє розвитку знань та розумінню сутності сучасних медійних явищ. Дослідження дозволяють виявити нові тенденції, аналізувати їхні впливи та прогнозувати майбутні тренди. По-друге, вони сприяють покращенню практики медійної роботи, визначенню кращих підходів до комунікації та впливу на аудиторію. По-третє, наукові проєкти допомагають виявити етичні аспекти та виклики використання медійних технологій. По-четверте, вони сприяють об'єднанню спеціалістів з різних галузей для спільного розв'язання складних проблем. По-п'яте, наукові проєкти у цій області покращують рівень освіти та підвищують рівень критичного мислення серед суспільства.

Окрім того, дослідження дозволяють адаптувати медійні практики до змін у технологічному середовищі та соціальних запитах, що є важливим для забезпечення їхньої актуальності та ефективності. Це також допомагає розробляти стратегії зменшення негативних наслідків медіа-впливу, таких як поширення дезінформації та маніпуляція громадською думкою. Важливим аспектом є також те, що наукові проєкти можуть сприяти розробці нових медійних форматів та платформ, які враховують сучасні потреби та інтереси аудиторії.

Завдяки комплексному аналізу медійних практик можна створювати більш етичні та відповідальні медійні продукти, що сприяють розвитку суспільства. Наукові проекти у цій сфері допомагають краще розуміти культурні та соціальні контексти, в яких функціонують медіа, що є ключовим для їх ефективного використання.

3. Вплив наукових проєктів на формування нових теоретичних підходів і концепцій.

Наукові проекти грають ключову роль у формуванні нових теоретичних підходів та концепцій у сфері філософії медійних практик. Вони дозволяють аналізувати існуючі теорії та виявляти їхні обмеження, що є основою для подальшого розвитку. Завдяки глибокому аналізу сучасних медійних явищ, дослідники можуть розробляти нові концепції, які краще відповідають реаліям швидко змінюваного медіа-середовища. Наукові проекти сприяють інтеграції міждисциплінарних підходів, що дозволяє створювати більш комплексні та цілісні теоретичні моделі. Наприклад, поєднання філософських, соціологічних та комунікаційних теорій допомагає глибше зрозуміти взаємодію медіа та суспільства.

Результати наукових проєктів стають основою для розвитку нових парадигм та понять у філософії медійних практик, що сприяє розвитку цієї галузі науки та практики. Це дозволяє не лише зрозуміти, але й передбачити вплив нових медійних технологій на суспільство. Крім того, наукові проекти допомагають ідентифікувати нові тенденції та виклики, які виникають у медіа-середовищі, і пропонують відповідні теоретичні рамки для їх аналізу. Це, в свою чергу, сприяє розробці нових стратегій для ефективного управління медійними процесами та впровадження інновацій. Загалом, наукові проєкти в сфері філософії медійних практик не тільки збагачують теоретичну базу, але й мають практичне значення, допомагаючи фахівцям адаптуватися до нових умов та вимог сучасного медіа-простору.

4. Виклики та проблеми, які можуть бути вирішені завдяки науковим проєктам.

У сфері філософії медійних практик існує безліч викликів і проблем, які можна вирішити завдяки науковим проєктам. Дослі-

дження можуть розкрити вплив медійних технологій на суспільство та культуру, допомагаючи розробляти стратегії для забезпечення більшого медійного розуміння. Наприклад, аналіз впливу соціальних мереж на формування суспільної думки дозволяє зрозуміти, як медіа можуть сприяти або заважати демократичним процесам. Дослідження вивчають етичні аспекти медійної практики та розробляють ефективні методи контролю за використанням інформації, що сприяє більш відповідальному використанню медійних ресурсів. Дослідження також допомагають впоратися з викликами цифрової трансформації та розвитку нових медійних форматів, наприклад, аналізуючи, як віртуальна реальність змінює сприйняття інформації. Вони сприяють розвитку критичного мислення та медійної грамотності серед громадськості, що є ключовим у сучасному медійному оточенні.

Наукові проєкти допомагають виявити нові тенденції та виклики, що виникають у медіа-середовищі, пропонуючи відповідні теоретичні рамки для їх аналізу. Це сприяє розробці нових стратегій для ефективного управління медійними процесами та впровадження інновацій. Крім того, дослідження допомагають вирішувати проблеми, пов'язані з інформаційною безпекою та приватністю, що стають все більш актуальними в умовах цифрової епохи. Завдяки науковим проєктам можна знайти відповіді на питання щодо впливу медій на психічне здоров'я, формування ідентичності та соціальної взаємодії. У результаті, наукові проєкти сприяють не лише теоретичному, але й практичному розв'язанню проблем сучасної медіа-сфери, забезпечуючи її сталий розвиток та гармонійне співіснування з іншими сферами суспільного життя.

5. Результати наукових проєктів у сфері філософії медійних практик, які можуть бути використані на практиці.

Наукові проєкти у сфері філософії медійних практик можуть надати практичні результати, які корисні для суспільства та індустрії медіа. Наприклад, вони можуть привести до розробки кращих стратегій реклами та медіа-планування, що покращить комунікацію брендів з аудиторією. Вивчення сприйняття аудиторією рекламних повідомлень дозволяє маркетологам створювати більш ефективні та цільові кампанії, які краще резонують з цільовою аудиторією.

Також, результати досліджень можуть бути використані у розробці ефективних методів боротьби з дезінформацією та фейками в медіа, що є критично важливим у сучасному інформаційному середовищі. Наукові роботи можуть надати інструменти та методики для виявлення та протидії фейковим новинам, що підвищує загальну медійну грамотність та захищає суспільство від маніпуляцій. Крім того, дослідження можуть надати рекомендації щодо поліпшення медійної освіти та підвищення медійної грамотності суспільства. Це включає розробку навчальних програм та матеріалів, які допомагають людям краще орієнтуватися у складному медійному ландшафті, критично оцінювати інформацію та використовувати медійні ресурси відповідально.

Отже, результати можуть бути безпосередньо використані для покращення якості медійних практик і забезпечення їхнього позитивного впливу на суспільство. Вони сприяють створенню більш етичних та відповідальних медійних практик, які враховують як комерційні, так і соціальні аспекти медіа. Завдяки науковим дослідженням медійна індустрія може адаптуватися до швидко змінюваних умов та технологій, залишаючись актуальною та ефективною.

Питання до практичного заняття:

1. Аспекти сучасних медійних практик, які потребують наукового аналізу.
2. Переваги наукових проєктів у філософії медіа.
3. Вплив наукових проєктів на розвиток нових теорій та підходів у медійних практиках.
4. Проблеми, які можуть вирішити наукові дослідження в медійному середовищі.
5. Практичне використання результатів досліджень у сфері медійних практик.

Практичні завдання для самостійної роботи:

1. Провести аналіз та огляд наукових статей, публікацій із сфери філософії медійних практик. Визначити основні теми, питання та методи, які використовуються дослідниками. Зробити висновки щодо актуальних аспектів у цій області та перспектив для майбутніх досліджень.

2. Підготувати коротку презентацію або реферат на тему «Застосування філософських підходів у сучасних медійних практиках». У презентації розглянути приклади конкретних досліджень або проєктів, які використовують філософські методи та концепції для аналізу медійних явищ. Підкреслити роль філософії в розвитку медійних практик та формуванні медійних концепцій.

**Теми презентацій та повідомлень
для індивідуальних завдань:**

1. Історичний вплив медіа на суспільство: філософський аналіз.
2. Вплив соціальних медіа на сучасну політику.
3. Етичні аспекти досліджень у філософії медійних практик.

Рекомендовані джерела:

1. Важинський С. Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень :Навч. Посіб. / С. Е. Важинський, Т. І. Щербак. – Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
2. Голованова Н. В. Медіапростір як важливий чинник побудови інформаційного суспільства. Актуальні проблеми державного управління. 2017. № 1 (51). С. 27-34.
3. Данильян О. Г. Організація та методологія наукових досліджень : навч. Посіб. / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань. – Харків :Право. 2017. 448 с.
4. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьової. Запоріжжя :ЗНУ. 2017. 156 с.
5. Методологія та організація наукових досліджень: навчальний посібник / укладачі: Н. В. Рашкевич, Ю. А. Отрош. Харків. 2022. 291 с.
6. Організація науково-інноваційної діяльності: конспект лекцій :навч. посіб. :Київ :КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 186 с.
7. Селезньова О. М. Термін «медіа-простір»: теоретичний підхід // Науковий вісник Ужгородського Національного Університету, Сер. Право, Вип. 70. 2022. С. 359-363.
8. Сусліков Л. М., Студеняк І. П. Управління науковими проєктами: навчальний посібник. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла»/ 2019. – 432 с.
9. Філософські основи наукових досліджень. – Київ: Інтерсервіс. 2019. 240 с.
10. Швець Ф. Д. Методологія та організація наукових досліджень. Навчальний посібник. – Рівне :НУВГП, 2016. – 151 с.

Тема 2

УПРАВЛІНСЬКА РОБОТА ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ДОСЛІДНИЦЬКОЇ КОМАНДИ НАУКОВОГО ПРОЄКТУ

Лекційні питання:

Мета вивчення пов'язана з наданням знань та навичок для створення і ефективного керування дослідницькою командою в сфері медійних практик, які охоплюють критерії формування команди, розподіл ролей і функцій, забезпечення ефективної співпраці, етапи організації та стратегії керування і мотивації команди.

1. Критерії формування дослідницької команди для проєкту в сфері медійних практик.
2. Розподілення ролей та функцій серед членів команди для оптимального виконання завдань проєкту.
3. Забезпечення ефективної співпраці та комунікацій між членами дослідницької команди.
4. Етапи процесу організації дослідницької команди.
5. Стратегії керування та мотивації для підтримки продуктивної роботи команди.

Зміст лекції

1. Критерії формування дослідницької команди для проєкту в сфері медійних практик.

Формування дослідницької команди для наукового проєкту у сфері медійних практик – це важливий крок у забезпеченні успішного проведення дослідження. По-перше, кожен член команди повинен мати відповідну експертизу або досвід у сфері медійних практик, яка стосується конкретного аспекту дослідження. Це допоможе забезпечити якісні результати. По-друге, повинна бути присутня комплементарність навичок. Тобто, члени команди повинні бути різноманітними за своїми здібностями, так щоб різні навички і підходи доповнювали один одного. Наприклад, дослідник, що володіє статистичними методами, і дослідник, який спеціалізується на

якісних дослідженнях, можуть працювати разом для більш повного аналізу. По-третє, кожен член команди повинен бути здатний ефективно співпрацювати з іншими учасниками, обмінюватися ідеями і даними, а також виконувати призначені завдання в строк. І, по-четверте, команда повинна відповідати меті та завданням проєкту. Всі члени мають розуміти та приймати проєктні цілі та обсяги. Ці критерії допоможуть забезпечити те, що дослідницька команда буде ефективною та здатною досягти поставлених цілей дослідження в сфері медійних практик.

Додатково, варто врахувати такі аспекти, як наявність лідерських якостей у керівника команди, здатного координувати роботу всіх учасників та приймати стратегічні рішення. Важливо також забезпечити відкриту та прозору комунікацію між членами команди, що сприятиме швидкому вирішенню проблем та обміну інформацією. Команда повинна мати доступ до необхідних ресурсів та технологій, що дозволить їм ефективно виконувати свої завдання. Підбір команди також має враховувати культурні та гендерні аспекти, що можуть сприяти більшій різноманітності підходів та ідей у дослідженні. В кінцевому рахунку, правильне формування дослідницької команди є ключовим фактором успіху наукового проєкту, оскільки саме від злагодженої роботи професіоналів залежить якість та достовірність отриманих результатів.

2. Розподілення ролей та функцій серед членів команди для оптимального виконання завдань проєкту.

Розподілення ролей та функцій серед членів команди у науковому проєкті в сфері філософії медійних практик – це критичний аспект для досягнення успіху. Дуже важливим є визначення одного з членів команди як лідера. Це може допомогти у координації роботи та вирішенні спорів. Лідер зазвичай відповідає за узгодження дій всієї команди та забезпечення виконання проєкту в строк. Кожен член команди повинен відповідати за свій фаховий напрямок і внести вклад в розв'язання питань, пов'язаних зі своєю областю експертизи, тобто потрібні експерти певних напрямків дослідження. Наприклад, дослідник із знанням філософії медійних практик може вести аналіз теоретичної бази проєкту.

Для оптимального виконання завдань і підтримки комунікації в команді потрібно призначити координаторів завдань. Вони відповідають за розподіл конкретних завдань і ведення контролю над їх виконанням. Та члени команди, які мають аналітичні навички, можуть бути відповідальними за збір та аналіз даних. Крім того, важливо мати членів, які вміють підготувати звіти та презентації для представлення результатів дослідження. Крім того, команда повинна мати спеціалістів з різних аспектів медійних практик, таких як соціальні мережі, цифрові платформи, аудіовізуальні медіа тощо. Це забезпечить глибокий та всебічний аналіз досліджуваної теми.

Важливим є також наявність комунікаційного менеджера, який відповідає за внутрішню та зовнішню комунікацію команди. Ця роль включає підтримку регулярного обміну інформацією між членами команди, організацію зустрічей та презентацій, а також забезпечення своєчасного інформування всіх зацікавлених сторін про хід проєкту. Комунікаційний менеджер також може займатися підготовкою матеріалів для публікації результатів дослідження у наукових журналах та на конференціях.

Загалом, чітке розподілення ролей і функцій дозволяє уникнути дублювання зусиль та забезпечує, щоб кожен аспект проєкту був належно охоплений. Це також сприяє більшій відповідальності кожного члена команди за свої завдання та підвищує мотивацію до досягнення спільних цілей. Встановлення чітких функціональних обов'язків та визначення відповідальних осіб за кожен етап роботи гарантує, що проєкт буде виконано вчасно та з високою якістю. Такий підхід до організації роботи команди є запорукою успішного виконання наукового проєкту у сфері філософії медійних практик.

3. Забезпечення ефективної співпраці та комунікації між членами дослідницької команди.

Забезпечення ефективної співпраці та комунікації між членами дослідницької команди у сфері філософії медійних практик є ключовим для досягнення успіху проєкту. Початковим кроком є встановлення ефективних каналів зв'язку, таких як регулярні зустрічі, електронна пошта, чати та інші платформи для обміну інформацією. Важливо, щоб усі члени команди були на зв'язку та відчували можливість звертатися одне до одного у будь-який час.

Регулярні зустрічі або наради команди повинні проводитися для обговорення прогресу, вирішення питань та визначення нових завдань. Це дозволяє всім бути в курсі поточних подій та запобігає виникненню непорозумінь. На цих зустрічах важливо слухати думки кожного члена команди та враховувати їхні пропозиції. Це сприяє створенню атмосфери відкритості, де кожен може вільно висловлювати свої ідеї та сумніви.

Кожен член команди повинен чітко знати свої ролі, обов'язки та відповідальність. Це допомагає уникнути дублювання зусиль та зосереджуватися на конкретних завданнях. Визначення конкретних обов'язків сприяє підвищенню відповідальності та мотивації кожного члена команди, а також допомагає уникнути конфліктів і непорозумінь.

Для підтримки ефективної комунікації важливо також використовувати різноманітні інструменти для співпраці, такі як спільні документи, таблиці та платформи для управління проєктами. Це забезпечує доступність необхідної інформації для всіх учасників команди та полегшує координацію завдань. Крім того, варто впроваджувати зворотний зв'язок, що дозволяє оперативно вносити корективи та поліпшувати процеси роботи.

Сприяння ефективній співпраці також включає розробку чітких правил і процедур для прийняття рішень та вирішення конфліктів. Важливо, щоб усі члени команди розуміли ці правила та дотримувалися їх. Це допомагає підтримувати стабільну робочу атмосферу та забезпечує послідовність у прийнятті рішень.

Нарешті, важливо створити атмосферу взаємної підтримки та поваги. Кожен член команди повинен відчувати, що його вклад цінується, і що його ідеї та думки мають значення. Це сприяє створенню згуртованої та мотивованої команди, здатної досягти високих результатів у дослідженнях.

Таким чином, забезпечення ефективної співпраці та комунікації між членами дослідницької команди у сфері філософії медійних практик є критичним аспектом для успішного виконання проєкту. Використання ефективних каналів зв'язку, регулярні зустрічі, чітке розподілення ролей та обов'язків, впровадження зворотного зв'язку та створення атмосфери підтримки й поваги – усе це сприяє досягненню спільних цілей та високих результатів у дослідженні.

4. Етапи процесу організації дослідницької команди.

Організація дослідницької команди у сфері філософії медійних практик є ключовим етапом перед початком наукового проєкту. Процес організації складається з кількох важливих етапів, кожен з яких впливає на успішність дослідження:

1. Визначення цілей. Перший і найважливіший етап – це чітко визначення мети дослідження та конкретизація завдань команди. Це дозволяє зорієнтувати всіх учасників на досягнення спільної мети і забезпечити узгодженість у роботі.

2. Підбір членів команди. Вибір членів команди – це ключовий крок у формуванні успішної наукової групи. Важливо підібрати людей з відповідними навичками та досвідом у сфері медійних практик, які можуть внести значний внесок у дослідження. Кожен член повинен мати чітко визначену роль і спроможність працювати у команді.

3. Розподіл ролей. Після формування команди необхідно чітко визначити ролі та відповідальність кожного учасника. Це включає розподіл завдань згідно з кваліфікацією та інтересами кожного члена команди. Чітко визначені ролі дозволяють уникнути конфліктів і забезпечують ефективне виконання завдань.

4. Планування і координація. Це розробка детального плану дослідження і встановлення стратегії взаємодії в команді. Важливо визначити критерії успіху, систему комунікації та контролю за прогресом. Планування дозволяє забезпечити структурованість процесу і зменшити ризики неочікуваних ситуацій під час виконання дослідження.

Кожен з цих етапів важливий для створення спроможної і динамічної дослідницької команди, яка зможе успішно реалізувати проєкт у сфері філософії медійних практик. Організація і правильне планування на початкових етапах значно підвищують шанси досягнення бажаних наукових результатів і впровадження нових ідей у сучасній медійній практиці.

5. Стратегії керування та мотивації для підтримки продуктивної роботи команди.

Організація ефективного керування та мотивації є критичним аспектом для досягнення успішної роботи дослідницької команди

в сфері філософії медійних практик. Початковим кроком є чітке визначення спільних цілей і завдань команди. Кожен член команди повинен розуміти, що саме він чи вона має досягнути в рамках проекту. Це дозволяє уникнути непорозумінь та конфліктів, орієнтуючи всіх на спільний результат.

Далі, важливим елементом є розумний розподіл завдань. Кожен член команди має відчувати свою важливість у загальному процесі дослідження. Це може включати розподіл ролей за експертизою або відповідальністю за конкретні аспекти проекту. Наприклад, один член команди може відповідати за збір та аналіз даних, інший – за теоретичний аналіз, а ще інший – за підготовку презентацій та звітів.

Створення стимулів та мотиваційних факторів є ще однією важливою стратегією. Визнання досягнень членів команди, надання можливостей для професійного росту і особистого розвитку є ключовими моментами у підтримці мотивації. Наприклад, можливість представлення результатів дослідження на конференціях, публікація статей у наукових журналах або отримання стипендій і грантів можуть значно збільшити мотивацію команди досягати високих результатів.

Лідер команди відіграє ключову роль у створенні позитивного робочого середовища та мотивації. Він або вона повинні виявляти лідерські якості, які включають у себе здатність до насаги, організації та підтримки. Лідерство полягає в здатності мотивувати команду досягати спільних цілей, вирішувати конфлікти та сприяти колективному успіху.

Нарешті, постійний зворотний зв'язок і відкрита комунікація важливі для вирішення проблем та уточнення планів. Члени команди повинні вільно обмінюватися ідеями, висловлювати свої думки та сумніви, що дозволяє вирішувати питання на ранніх етапах і уникати проблем в подальшій роботі.

Ефективна стратегія керування та мотивації в команді дослідників у сфері філософії медійних практик є ключовим чинником для досягнення успіху в наукових проектах. Вона забезпечує не тільки продуктивну роботу команди, але й сприяє створенню інноваційних рішень та високоякісних результатів досліджень.

Питання до практичного заняття:

1. Критерії формування дослідницької команди для проєкту у сфері медійних практик.
2. Розподіл ролей та обов'язків серед членів команди для ефективного виконання завдань проєкту.
3. Забезпечення ефективної співпраці та комунікації в дослідницькій команді.
4. Етапи організації дослідницької команди для наукового проєкту.
5. Стратегії управління та мотивації для підтримки продуктивності роботи команди.

Практичні завдання для самостійної роботи:

1. Обрати тему для наукового проєкту у сфері філософії медійних практик та розробити план для формування дослідницької команди. Визначте, які фахівці та спеціалісти вам потрібні для успішного виконання проєкту. Розгляньте їхні ролі та завдання.
2. Підготуйте коротку презентацію, в якій ви представите конкретний приклад успішного формування дослідницької команди для наукового проєкту в галузі філософії медійних практик. Опишіть проєкт, його цілі та завдання, а також склад команди та їхні ролі в досягненні цілей проєкту. Підкресліть важливість правильного вибору членів команди та їхньої взаємодії для досягнення наукових результатів.

Теми презентацій та повідомлень для індивідуальних завдань:

1. Роль керівника дослідницької команди в процесі розробки та виконання наукового проєкту у медійній сфері.
2. Вплив структури команди на результативність наукового дослідження в галузі філософії медійних практик.
3. Стратегія співпраці та взаємодії членів дослідницької команди для досягнення максимальної продуктивності та якості наукового проєкту.

Рекомендовані джерела:

1. Важинський С. Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень :Навч. Посіб. / С. Е. Важинський, Т. І. Щербак. – Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. – 260 с.

2. Данильян О. Г. Організація та методологія наукових досліджень :навч. Посіб. / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань. – Харків :Право, 2017. – 448 с.
3. Мельничук О. С. Інформаційно-комунікаційні технології у сфері філософії медійних практик як навчальна дисципліна // Abstracts of The I International Scientific and Practical Conference “New ways of creating scientific ideas for implementation” (September 18-20, 2023, Varna, Bulgaria), 2023. – С. 182-185.
4. Міхалко Майкл. 21 спосіб мислити креативно. Х.: КСД, 2019. 400 с.
5. Методологія та організація наукових досліджень :навч. посіб. / І. С. Добронравова, О. В. Руденко, Л. І. Сидоренко та ін. ; за ред. І. С. Добронравової / (ч. 1), О. В. Руденко (ч. 2). – К. :ВПЦ «Київський університет», 2018. – 607 с.
6. Методологія та організація наукових досліджень: навчальний посібник / укладачі: Н. В. Рашкевич, Ю. А. Отрош. Харків, 2022. 291 с.
7. Організація науково-інноваційної діяльності: конспект лекцій :навч. посіб. :Київ :КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 186 с.
8. Сусліков Л. М., Студеняк І. П. Управління науковими проектами: навчальний посібник. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2019. – 432 с.
9. Якименко І., Штефан С., Лук'янихін В. Управління науковими проектами [Електронний ресурс]: навчальний посібник. – К.: НУХТ, 2022. 139 с.

Тема 3

ВИБІР ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПОСТАНОВКА АКТУАЛЬНИХ ДОСЛІДНИЦЬКИХ ЗАВДАНЬ

Лекційні питання:

Мета вивчення полягає у: поглибленні розуміння процесів визначення і актуалізації наукових проблем у сучасній медійній сфері; аналізі впливу сучасних трендів у медійній індустрії на вибір теми для дослідження, що дозволить визначити її актуальність; отриманні навичок щодо постановки дослідницьких завдань проєкту.

1. Визначення актуальності теми дослідження в сучасній медійній сфері.
2. Виокремлення проблемних питань, які потребують дослідження в галузі філософії медійних практик.
3. Вплив сучасних трендів у медійній індустрії на вибір теми для дослідження.
4. Фактори, які враховуються при постановці дослідницьких завдань проєкту.
5. Перевірка актуальності теми дослідження у сфері медійних практик.

Зміст лекції

1. Визначення актуальності теми дослідження в сучасній медійній сфері.

Визначення актуальності теми дослідження в сучасній медійній сфері є ключовим аспектом для будь-якого наукового проєкту чи дослідження щодо цієї тематики. Актуальність полягає в тому, наскільки важливою і потрібною вважається обрана тема в контексті сучасних реалій, проблем та викликів медійного світу. Це поняття охоплює кілька ключових аспектів, які варто розглянути детальніше.

Перш за все, актуальність теми визначається її соціальною та культурною важливістю. Медійна сфера в сучасному світі відіграє критичну роль у формуванні громадської думки, впливає на політичні та економічні процеси, а також визначає культурні та соціальні

стандарти. Тому теми, які безпосередньо стосуються цих аспектів, є надзвичайно актуальними. Наприклад, дослідження впливу медіа на формування громадянської позиції або аналіз використання цифрових платформ у політичних кампаніях є актуальними та потребують подальшого дослідження.

Друге, актуальність може визначатися економічними чи технологічними зрушеннями. З розвитком технологій змінюються не лише способи створення та споживання медійного контенту, але й сама природа цього контенту. Наприклад, дослідження впливу штучного інтелекту на алгоритмічний вибір медійних новин чи використання віртуальної реальності у медійних продуктах є актуальними завданнями, оскільки вони відображають сучасні технологічні та економічні тренди.

Третій аспект актуальності теми полягає в її науковій інноваційності. Новаторські підходи до вивчення медійних явищ, розвиток нових теоретичних підходів чи методологій дослідження також є ключовими для визначення актуальності теми. Наприклад, вивчення нових форматів медійного виробництва чи впровадження медіа-екології як концепції у медійних дослідженнях є інноваційними напрямками, які потребують уваги науковців та практиків.

Одним із важливих підходів до визначення актуальності теми є також її практична значущість. Наприклад, дослідження, спрямовані на покращення медійної грамотності серед населення чи аналіз впливу медіа на молодіжну культуру, мають очевидну практичну цінність і можуть сприяти розвитку суспільства та покращенню якості медійних продуктів.

Крім того, актуальність теми може бути обґрунтована її відповідністю сучасним науковим дискурсам та дебатам. Це включає дискусії про етичні аспекти використання медіа, вплив медіа на глобальну культуру та взаємодію між медіа та політикою. Наприклад, дослідження етичних аспектів використання штучного інтелекту у медійних продуктах може сприяти формулюванню нових нормативних рамок та рекомендацій для медіа-практик.

Усі ці аспекти визначення актуальності теми дослідження у медійній сфері підкреслюють її значущість та потребу у подальшому науковому осмисленні. Врахування цих факторів дозволяє науковцям та дослідникам направити свої зусилля на вивчення тих аспек-

тів медійних практик, які мають значення для суспільства, культури та розвитку наукового знання.

2. Виокремлення проблемних питань, які потребують дослідження в галузі філософії медійних практик.

Виокремлення проблемних питань, які потребують дослідження у галузі філософії медійних практик, є важливим завданням для наукових досліджень, спрямованих на розуміння сучасної медійної дійсності. Однією з центральних тем для аналізу є вплив масових медіа на формування суспільних цінностей та поглядів. Сучасні медійні платформи мають потужний вплив на сприйняття суспільством етики, моралі та соціокультурних норм. Дослідження цього аспекту дозволяє виявити, як медійні засоби формують громадську думку і сприйняття соціальних проблем.

Важливим напрямком досліджень є етичні аспекти медійних практик. Відкритість та правдивість інформації в медіа стають об'єктом серйозних дебатів у зв'язку зі зростанням фейкових новин та маніпуляційної інформації. Питання про те, як забезпечити етичні стандарти в медіа, включаючи прозорість їхньої діяльності та відповідальність перед аудиторією, вимагають глибокого наукового аналізу та розробки ефективних регулятивних механізмів.

Також ключовим аспектом є вплив медійних технологій на ідентичність та культурні особливості різноманітних суспільств. З розвитком цифрових технологій змінюються не лише способи споживання медійного контенту, а й самі форми культурної вираженості та ідентифікації. Вивчення, як медіа впливають на формування ідентичності різних соціокультурних груп, є необхідним для розуміння сучасних динамік соціокультурного розвитку та виявлення можливих конфліктів і викликів, що стоять перед суспільством.

Не останнє місце в списку проблемних питань займає медійна грамотність та розвиток навичок критичного медіааналізу. В умовах масової інформації та швидкої трансформації медійного ландшафту важливо, щоб громадяни мали не лише доступ до інформації, але й здатність аналізувати її критично та ідентифікувати її між різними джерелами інформації. Дослідження цього аспекту дозволяє розробляти програми медійної грамотності та навчальні курси, спрямовані на підвищення рівня інформаційної компетентності серед населення.

Узагальнюючи, проблемні питання у галузі філософії медійних практик є різноманітними та багатограними, вимагають глибокого наукового аналізу та розробки стратегій для їх вирішення. Вони стосуються ключових аспектів медійної культури, впливу технологій на суспільство та необхідності розвитку критичного медіааналізу в інформаційному середовищі.

3. Вплив сучасних трендів у медійній індустрії на вибір теми для дослідження.

Вплив сучасних трендів у медійній індустрії на вибір теми для дослідження у сфері філософії медійних практик представляє собою значущий аспект сучасної наукової діяльності. Сучасні тренди в медійній сфері, що швидко змінюються, відображають актуальні соціокультурні зміни і стають предметом академічного аналізу через їхній потенційний вплив на суспільство. Що варто враховувати при виборі теми дослідження, — це аналіз впливу соціальних мереж та нових медійних платформ на сучасне сприйняття інформації та формування суспільної думки. Використання соціальних мереж і платформ змінює спосіб комунікації, перетворюючи традиційні медійні практики і впливаючи на соціальні взаємодії та стереотипи.

Також важливим аспектом є вивчення ефективності медійної комунікації в умовах цифрової епохи. Зростання кількості доступної інформації та швидкість її поширення вимагають нових підходів до аналізу, які можуть бути використані для оцінки впливу медійних кампаній та стратегій. Дослідження таких аспектів може сприяти розробці більш ефективних стратегій комунікації в медіа та розвитку нових інструментів для моніторингу та аналізу медійного впливу.

Крім того, сучасні тренди в медійній індустрії можуть впливати на вибір теми дослідження через їхню інформаційну актуальність і релевантність. Вчені, відповідно до змінюваних умов і потреб суспільства, можуть вибирати теми, які максимально відповідають поточним викликам і проблемам. Наприклад, як вже згадувалося вище, аналіз впливу фейкових новин на суспільне сприйняття або дослідження ефективності регулювання медійних платформ може бути важливим у контексті сучасного інформаційного простору.

Враховання сучасних трендів у медійній індустрії дозволяє науковцям більш глибоко аналізувати і розуміти складні соціокультур-

ні і технологічні зміни, що відбуваються в суспільстві. Вибір теми для дослідження у галузі філософії медійних практик з урахуванням цих трендів дозволяє спрямовувати наукову діяльність на вирішення актуальних проблем і розвиток нових підходів до медійного аналізу та регулювання.

4. Фактори, які враховуються при постановці дослідницьких завдань проєкту.

При постановці дослідницьких завдань у проєкті важливо враховувати ряд факторів, які впливають на успішність дослідження та досягнення його цілей. Основні аспекти, які потрібно узяти до уваги при формулюванні дослідницьких завдань, включають наступне.

По-перше, необхідно чітко визначити цілі, об'єкт та предмет дослідження. Це означає встановлення конкретних вимірюваних результатів, які дослідження має досягти. Наприклад, якщо метою є аналіз впливу медійних платформ на молодіжну культуру, завдання може включати оцінку змін у сприйнятті цінностей або способів споживання медійного контенту серед молоді.

Другим фактором, який слід враховувати при постановці дослідницьких завдань у проєкті, є обґрунтування суспільної потреби у дослідженні. Вибір теми має базуватися на сучасних викликах і проблемах, які важливі для суспільства і потребують невідкладного вирішення. Наприклад, у контексті розвитку цифрових технологій та їх впливу на приватність користувачів і безпеку даних, актуальним може бути дослідження етичних аспектів використання особистих даних у великих технологічних корпораціях. Таке дослідження може спрямовуватися на виявлення потенційних загроз для конфіденційності і прав людини в умовах цифрової революції. Тобто, обґрунтування актуальності теми дослідження враховує не лише наявність проблеми, але й її соціальну значущість і потенційний вплив на суспільство.

Третім фактором є урахування наявних ресурсів і обмежень. Дослідження повинно бути реалістичним, з урахуванням доступних часових, фінансових і людських ресурсів. Наприклад, планування дослідження має враховувати обмеження щодо доступу до даних або необхідності співпраці з партнерами для збору інформації.

Четвертий аспект стосується методологічних підходів і інструментів, які будуть використовуватися у дослідженні. Вибір методів

дослідження повинен відповідати поставленим завданням і забезпечувати достовірність та об'єктивність отриманих результатів. Наприклад, для кількісного аналізу потрібні відповідні статистичні інструменти, тоді як якісні методи можуть забезпечити глибоке розуміння соціокультурних аспектів досліджуваної проблеми.

Важливо також урахувати етичні аспекти дослідження, зокрема конфіденційність та добровільність участі у дослідженні, а також можливі наслідки для учасників і суспільства в цілому. Дотримання етичних норм і стандартів дозволяє забезпечити цілісність дослідження та його прийняття в науковому середовищі.

Чітке визначення цілей, обґрунтування актуальності, урахування обмежень і вибір відповідних методів створюють основу для успішного проведення дослідження та досягнення його наукових результатів.

5. Перевірка актуальності теми дослідження у сфері медійних практик.

Перевірка актуальності теми дослідження у сфері філософії медійних практик є вирішальним етапом у науковому процесі, оскільки вона дозволяє забезпечити відповідність обраної теми сучасним викликам та проблемам. Цей процес включає аналіз останніх тенденцій у медійній галузі. Сучасний медійний ландшафт швидко змінюється під впливом технологічних і соціокультурних трансформацій, що робить важливим переконатися, що обрана тема є актуальною і релевантною для сьогодення.

Наступний крок полягає в оцінці впливу обраної теми на суспільство. Як вже зазначалося, медійні практики мають значний вплив на формування суспільних цінностей, переконань і стереотипів. Визначення, як саме обрана тема впливає на ці процеси, є ключовим для обґрунтування її актуальності. Наприклад, сучасні стрімінгові сервіси, такі як Netflix або YouTube, не лише змінюють спосіб споживання контенту, але й впливають на культурні вподобання і пізнавальні процеси аудиторії. Дослідження може допомогти зрозуміти, як стрімінгові платформи впливають на розподіл медійної уваги, що має значення для медійної плюралізації та доступу до культурних знань. Аналіз може також розкрити, які економічні та регуляторні виклики стоять перед цими платформами, що впливає

на їхню здатність формувати культурні норми і значення в сучасному суспільстві.

Третім етапом перевірки актуальності є урахування глобальних викликів і змін у медійному ландшафті. Зростання цифровізації, глобалізація і зміни в споживчих уподобаннях створюють нові можливості і виклики для медійної індустрії. Дослідження, спрямовані на вивчення цих процесів, можуть не лише розкрити нові підходи до медійних практик, але й забезпечити розуміння їхнього впливу на суспільство.

Нарешті, важливим етапом є пошук попередніх досліджень і робіт на схожу тему. Аналіз наявної літератури та досліджень дозволяє виявити прогалини в знаннях, які є базою для подальшого наукового розвитку. Визначення невивчених аспектів або проблем, що вимагають уваги, є ключовим для формулювання наукових завдань і визначення напрямків подальших досліджень у сфері філософії медійних практик.

Перевірка актуальності теми дослідження у медійній сфері є складним процесом, що вимагає глибокого аналізу сучасних тенденцій, соціальних викликів і попередніх наукових досліджень.

Питання до практичного заняття:

1. Визначення актуальності теми дослідження в сучасній медійній сфері.
2. Виокремлення проблемних питань, які потребують дослідження в галузі філософії медійних практик.
3. Вплив сучасних трендів у медійній індустрії на вибір теми для дослідження.
4. Фактори, які слід врахувати при постановці дослідницьких завдань проєкту.
5. Оцінка актуальності теми дослідження перед початком наукової роботи.

Практичні завдання для самостійної роботи:

1. Аналіз актуальності теми дослідження в сучасній медійній сфері. Оберіть конкретну тему дослідження у сфері медійних практик, яка вам цікава або яка має практичне значення. Виконайте аналіз актуальності теми: зберіть інформацію про останні тенденції та події у цій сфері; проведіть літературний пошук для з'ясування, чи

були вже проведені схожі дослідження; проаналізуйте, які суспільні проблеми або виклики стосуються обраної теми в цілому. На основі отриманих даних визначте, наскільки актуальною є обрана тема для дослідження в сучасних умовах медійної сфери. Виокреміть ключові аргументи, що підтверджують її актуальність.

2. Виокремлення проблемних питань для дослідження в галузі філософії медійних практик. Виберіть конкретний аспект медійних практик, який вас цікавить або який вважаєте важливим для дослідження. Визначте основні проблеми або невирішені питання у цій сфері, які варто дослідити. Проаналізуйте, які аспекти цих проблем мають філософське значення або впливають на загальне розуміння медійних процесів. Розгляньте можливі методи дослідження, які можуть бути застосовані для вирішення обраних проблемних питань. Сформулюйте конкретні дослідницькі завдання, які ви хочете вирішити у вашому дослідженні для вирішення обраної проблеми.

Теми презентацій та повідомлень для індивідуальних завдань:

1. Вибір теми дослідження: аналіз актуальних медійних трендів.
2. Етика при виборі теми та постановці дослідницьких завдань у філософії медійних практик.
3. Вплив новітніх технологій при виборі тематики медійного наукового проекту: переваги та виклики.

Рекомендовані джерела:

1. Важинський С. Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень :Навч. Посіб. / С. Е. Важинський, Т. І. Щербак. – Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. – 260 с.
2. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі — ієрархія інформаційного простору / З. В. Григорова // Технологія і техніка друкарства :збірник наукових праць. 2017. Вип. 3(57). С. 93–100.
3. Данильян О. Г. Організація та методологія наукових досліджень :навч. Посіб. / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань. – Харків :Право, 2017. – 448 с.
4. Медвідь В. Ю., Данько Ю. І., Коблянська І. І. Методологія та організація наукових досліджень (у структурно-логічних схемах і таблицях): навч. посіб. Суми: СНАУ, 2020. 220 с.

5. Методологія та організація наукових досліджень :навч. посіб. / І. С. Добронравова, О. В. Руденко, Л. І. Сидоренко та ін. ; за ред. І. С. Добронравової / (ч. 1), О. В. Руденко (ч. 2). – К. :ВПЦ «Київський університет», 2018. – 607 с.
6. Методологія та організація наукових досліджень: навчальний посібник / укладачі: Н.В. Рашкевич, Ю.А. Отрош. Харків, 2022. 291 с.
7. Організація науково-інноваційної діяльності: конспект лекцій :навч. посіб. :Київ :КПШ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 186 с.
8. Сусліков Л.М., Студеняк І.П. Управління науковими проектами: навчальний посібник. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2019. – 432 с.
9. Тогочинський О. М., Дрижак В. В. Практикум з курсу: «Основи наукових досліджень» :навч.-метод. посіб. Чернігів :Академія ДптС, 2019. 181 с.

Тема 4

РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ МІЖДИСЦИПЛІНАРНИХ МЕТОДОЛОГІЧНИХ ПРИНЦИПІВ У НАУКОВИХ ПРОЄКТАХ

Лекційні питання:

Мета вивчення полягає в аналізі та порівнянні основних між-дисциплінарних методологічних принципів у дослідженні медійних практик; вивченні класичних принципів спрямованих на розуміння об'єктивних методів і системності у наукових дослідженнях; вивченні принципів модерну та постмодерну, які акцентуються на міждисциплінарності та критичному аналізі сучасних медійних явищ. Це дозволить студентам глибше розуміти еволюцію підходів до вивчення сучасних медійних реалій.

1. Класичні принципи методології дослідження в сфері філософії медійних практик.
2. Принципи модерну у методології наукових проєктів.
3. Постмодерністські ідеї та принципи методології дослідження у сфері медійних практик.
4. Приклади методології наукових проєктів (класика, модерн, постмодерн).
5. Методологія дослідження та її вплив на сприйняття та інтерпретацію медійних практик у сучасному світі.

Зміст лекції

1. Класичні принципи методології дослідження в сфері філософії медійних практик.

Класичні принципи методології дослідження в сфері філософії медійних практик мають глибоке значення і відіграють ключову роль у розумінні і аналізі медійних феноменів. Принцип — це пізнавальна установка суб'єкта по відношенню до предмета пізнання, що визначає передзнання, процес та результат його пізнання. Методологічний принцип, в свою чергу, є установкою імперативного харак-

теру, що визначає особливості використання усіх інших інструментів наукового пізнання. Методологічний принцип є обов'язковим до дотримання: від нього складно відмовитися, оскільки він визначає логіку і послідовність дослідження.

До класичних методологічних принципів відносяться принципи об'єктивності, раціональності, історизму, монізму, детермінізму та інші. Принцип об'єктивності вимагає, щоб дослідження медійних практик базувалося на незалежних від суб'єктивних оцінок фактах і даних. Він передбачає, що медійні явища слід вивчати без упередженості, з урахуванням їх об'єктивних характеристик і контексту.

Принцип раціональності підкреслює важливість логічного і послідовного підходу до дослідження. Він означає, що методи і висновки дослідження повинні бути обґрунтованими та логічно пов'язаними між собою. Це сприяє підвищенню наукової обґрунтованості і надійності дослідження, оскільки забезпечує чіткість і логічну послідовність аргументації.

Принцип історизму вимагає врахування історичного контексту медійних практик. Це свідчить про те, що медійні явища слід вивчати у їхньому історичному розвитку, розглядаючи, як вони змінювалися і еволюціонували з плином часу. Історичний підхід дозволяє краще зрозуміти, як сучасні медійні практики формувалися під впливом різних історичних факторів і подій.

Принцип монізму підкреслює єдність наукового пізнання і необхідність розгляду медійних явищ у їхній цілісності. Медійні практики слід вивчати як комплексні системи, враховуючи всі взаємозв'язки і взаємодії між їхніми складовими елементами. Моністичний підхід дозволяє уникнути фрагментарного і поверхневого аналізу, забезпечуючи більш глибоке і всебічне розуміння медійних явищ.

Принцип детермінізму вимагає розгляду медійних явищ як результату певних причинно-наслідкових зв'язків. Кожне медійне явище має свої причини і наслідки, які слід враховувати при його вивченні. Цей принцип дає можливість виявити закономірності і тенденції у розвитку медійних практик, що сприяє більш точному прогнозуванню і аналізу їхніх змін.

Застосування класичних методологічних принципів у дослідженні медійних практик забезпечує наукову обґрунтованість і

надійність отриманих результатів. Вони допомагають уникнути суб'єктивних помилок і упередженості, забезпечуючи об'єктивний і логічний підхід до вивчення медійних явищ. Крім того, ці принципи сприяють всебічному і глибокому розумінню медійних практик, враховуючи їхній історичний розвиток та причинно-наслідкові зв'язки.

2. Принципи модерну у методології наукових проєктів.

Принципи модерну у методології дослідження філософії медійних практик є важливим кроком у розвитку наукового підходу до вивчення медійних явищ. Серед модерністських принципів дослідження слід виділити наступні: суб'єктивності, поєднання раціонального та нераціонального, абстрагування від історії, плюралізму та індетермінізму. Ці принципи дозволяють дослідникам більш глибоко і різносторонньо аналізувати медійні явища, враховуючи сучасні виклики та тенденції.

Принцип суб'єктивності в методології наукових проєктів у сфері філософії медійних практик передбачає визнання важливості особистого підходу, значення суб'єкта та інтерпретації дослідника при аналізі медійних явищ. У контексті медійних досліджень це означає, що погляди та інтерпретації дослідника стають важливим елементом дослідження, оскільки вони можуть впливати на розуміння та пояснення медійних явищ. Наприклад, суб'єктивний підхід може допомогти розкрити, як особисті переживання та інтерпретації впливають на сприйняття медійних повідомлень, що дозволяє отримати більш глибоке розуміння медійних процесів.

Поєднання раціонального та нераціонального є іншим важливим принципом модерністської методології. Він передбачає урахування як логічних, так і емоційних аспектів медійних процесів при проведенні досліджень. При вивченні медійних явищ необхідно враховувати не лише раціональні аргументи та факти, але й емоційні реакції та впливи. Наприклад, дослідження впливу емоцій у рекламі може показати, як емоційні аспекти медійного контенту впливають на поведінку споживачів та їхні рішення.

Абстрагування від історії є ще одним принципом, який дозволяє дослідникам зосередитися на сучасних аспектах медійних практик. При аналізі медійних явищ не обов'язково враховувати їх

історичний контекст, а важливо зосередитися на поточних подіях і тенденціях, їх феноменальності. Наприклад, дослідження сучасних соціальних мереж може бути більш зосереджене на поточних взаємодіях та їх впливі на суспільство «тут і зараз», без занурення у їхній історичний розвиток.

Плюралізм у методології дослідження означає визнання різноманітності підходів і методів для вивчення медійних явищ. Це передбачає відкритість до використання різних теорій, методів та інструментів для аналізу медійних процесів. Плюралістичний підхід дозволяє дослідникам використовувати різноманітні методи, такі як контент-аналіз, дискурсивний аналіз, етнографічні дослідження тощо, що сприяє більш глибокому і всебічному розумінню медійних явищ.

Індетермінізм, як принцип, підкреслює непередбачуваність і відкритість медійних явищ для різних інтерпретацій. Це означає, що медійні процеси можуть мати різні напрямки розвитку і впливати на суспільство в непередбачуваний спосіб. Принцип індетермінізму дозволяє враховувати цю непередбачуваність і аналізувати можливі сценарії розвитку медійних явищ. Наприклад, дослідження впливу нових технологій на медійну індустрію може розглядати різні можливі майбутні тенденції і їхній вплив на суспільство.

Ці принципи модерну створюють основу для більш глибокого розуміння і дослідження медійних практик в сучасному інформаційному суспільстві. Вони дозволяють враховувати різні аспекти медійних явищ, від особистих інтерпретацій до емоційних реакцій і непередбачуваних змін, що сприяє більш всебічному і глибокому аналізу. Завдяки цим принципам дослідники можуть краще розуміти сучасні медійні процеси і їхній вплив на суспільство, що сприяє розвитку філософії медійних практик і формуванню нових підходів до аналізу медійних явищ.

3. Постмодерністські ідеї та принципи методології дослідження у сфері медійних практик.

Постмодерністські ідеї та принципи методології дослідження у сфері медійних практик відіграють важливу роль у сучасному науковому дискурсі та у філософії медіа зокрема. Ці ідеї пропонують нові підходи та методологічні принципи, що допомагають краще

зрозуміти складність медійних процесів. Перш за все, постмодернізм підкреслює важливість інтерсуб'єктивності, що означає взаємодію і спільне конструювання знань між дослідниками та учасниками медійних процесів. Інтерсуб'єктивність дозволяє враховувати різні перспективи і погляди, що сприяє більш глибокому розумінню досліджуваних явищ.

Принцип міждисциплінарності в постмодерністській методології відображає розуміння того, що аналіз медійних явищ вимагає залучення знань з різних галузей. Наприклад, соціологія, культурологія, психологія, антропологія, юриспруденція тощо можуть надавати цінні знання для комплексного вивчення медійних практик. Міждисциплінарний підхід дозволяє об'єднати різні методи та теорії, що сприяє більш всебічному аналізу і інтерпретації медійних процесів. Це особливо важливо в контексті сучасних медіа, які постійно змінюються і розвиваються під впливом нових технологій і соціокультурних змін.

Принцип додатковості означає доповнення традиційних методів дослідження новими, зокрема, наприклад, за допомогою цифрових технологій та аналізу великих обсягів даних. Використання сучасних технологій дозволяє дослідникам отримувати нові типи даних та аналізувати їх за допомогою складних алгоритмів і моделей. Наприклад, аналіз соціальних мереж може надати важливу інформацію про поведінку користувачів і тенденції в медійному середовищі. Цей принцип також підкреслює важливість інновацій у дослідницькій методології, що сприяє адаптації до швидко змінюваних умов і нових викликів у сфері медіа.

Плюралізм у постмодерністській методології полягає у визнанні існування різних точок зору та концепцій при вивченні медійних явищ. Це означає, що жодна точка зору не є єдиною правильною або остаточною, а різноманіття думок і підходів збагачує розуміння досліджуваних процесів. Плюралістичний підхід дозволяє враховувати різні культурні, соціальні та політичні контексти, що робить аналіз медіа більш гнучким і комплексним. Це особливо важливо в умовах глобалізації, коли медійні процеси взаємодіють з різними культурами і соціальними групами, створюючи складну мережу впливів і взаємодій.

Постмодерністські ідеї також підкреслюють важливість критичного підходу до дослідження медіа. Критичний аналіз дозволяє виявляти приховані структури влади і домінування в медійному контенті, розкривати маніпуляції і пропаганду. Це сприяє підвищенню медійної грамотності та критичному мисленню серед аудиторії, що є важливим елементом демократичного суспільства. Критичний підхід також включає аналіз ідеологій та дискурсів, які формують медійні повідомлення і впливають на громадську думку.

Таким чином, постмодерністські принципи методології дослідження у сфері медійних практик також надають дослідникам інструменти для більш глибокого і різнобічного аналізу медійних явищ. Вони дозволяють враховувати різні перспективи і підходи, що сприяє комплексному розумінню медійних процесів у сучасному світі. Інтерсуб'єктивність, міждисциплінарність, додатковість і плюралізм є ключовими елементами постмодерністської методології, які розширюють можливості дослідження і розуміння медійних практик у постмодерному контексті.

4. Приклади методології наукових проєктів (класика, модерн, постмодерн).

Приклади методології наукових проєктів у філософії медійних практик можна поділити на три основні підходи за набором відповідних принципів: класичний, модерністський та постмодерністський. Кожен із цих підходів має свої характерні риси, методи та приклади застосування.

Класична методологія дослідження у філософії медійних практик базується на використанні строгої логіки і раціонального аналізу. Дослідники, які дотримуються цього підходу, зазвичай використовують традиційні наукові методи для вивчення впливу медіа на суспільство. Наприклад, вони можуть аналізувати статистичні дані, проводити кількісні дослідження та експерименти, щоб визначити, як медіа впливають на поведінку і свідомість людей. Класичний підхід також включає вивчення історичних джерел та текстів для розуміння еволюції медійних практик та їх впливу на суспільні процеси. Дослідження впливу телебачення на формування громадської думки або аналіз друкованих ЗМІ як інструменту пропаганди є яскравими прикладами використання класичної методології.

Модерністська методологія наукових проєктів передбачає застосування міждисциплінарних методів та більш розширеного погляду на досліджувані явища. Вона включає поєднання філософського аналізу з культурологічним, соціологічним та психологічним підходами тощо. Наприклад, дослідники можуть аналізувати медійні тексти не лише з точки зору їх змісту, але й з урахуванням контексту їх створення та сприйняття аудиторією. Вони можуть досліджувати, як культурні та соціальні фактори впливають на інтерпретацію медійних повідомлень. Застосування модерністського підходу також передбачає використання якісних методів, таких як глибинні інтерв'ю, фокус-групи та етнографічні дослідження. Наприклад, дослідники можуть вивчати, як різні соціальні групи реагують на певні медійні події або як медіа відображають та формують ідентичність і культурні цінності.

Постмодерністська методологія дослідження враховує інтерсуб'єктивність та плюралізм у підходах до вивчення медійних практик. Цей підхід підкреслює важливість взаємодії та спільного конструювання знань між дослідниками та учасниками медійних процесів. Дослідники, які працюють у рамках постмодернізму, можуть аналізувати, як різні групи споживачів сприймають однаковий медійний зміст, враховуючи їхні культурні, соціальні та індивідуальні особливості. Постмодерністська методологія також передбачає використання нових технологій та методів, таких як цифрові методи дослідження. Наприклад, дослідники можуть вивчати поведінку користувачів у соціальних мережах, аналізувати динаміку поширення інформації в Інтернеті або досліджувати вплив алгоритмів на формування інформаційного простору. Інший приклад – аналіз візуальних медіа, де дослідники можуть використовувати методи візуальної антропології для розуміння, як зображення впливають на сприйняття та створення значень у різних культурних контекстах.

Таким чином, кожен з цих підходів має свої переваги і обмеження, але всі вони сприяють більш глибокому розумінню медійних практик та їх впливу на суспільство. Класична методологія забезпечує строгий і систематичний підхід до вивчення медіа, модерністська методологія розширює аналітичні рамки за рахунок, наприклад, міждисциплінарного підходу, а постмодерністська методологія пропонує нові перспективи і методи для дослідження

складних і динамічних медійних процесів. Поєднання цих підходів дозволяє отримати більш комплексне і багатовимірне розуміння медійних явищ, що є особливо важливим у сучасному світі, де медіа відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, культури та суспільних цінностей.

5. Методологія дослідження та її вплив на сприйняття та інтерпретацію медійних практик у сучасному світі.

Методологія дослідження у сфері філософії медійних практик визначає рамки, які вчені використовують для аналізу медійних явищ. Це включає вибір підходів, методів і теоретичних концепцій, які сприяють більш повному розумінню медіа та їх впливу на суспільство. Наприклад, підходи класики, модерну та постмодерну впливають на те, як ми сприймаємо інформацію з медіа, і відповідно формують наші інтерпретації та розуміння медійних практик.

Такі методи, як соціологічні опитування та статистичні дослідження, є типовими для класичної методології. Вони допомагають виявити закономірності і тенденції у медійному контенті, а також його вплив на громадську думку та поведінку.

Модерністські підходи до методології дослідження, як вже зазначалося вище, включають міждисциплінарні методи та більш розширений погляд на досліджувані явища. Наприклад, дослідники можуть аналізувати медійні тексти не лише з точки зору їх змісту, але й з урахуванням контексту їх створення та сприйняття аудиторією. Вони можуть досліджувати, як культурні та соціальні фактори впливають на інтерпретацію медійних повідомлень. Постмодерністська методологія дослідження підкреслює важливість взаємодії та спільного конструювання знань між дослідниками та учасниками медійних процесів. Дослідники, які працюють у рамках постмодернізму, можуть аналізувати, як різні групи споживачів сприймають однаковий медійний зміст, враховуючи їхні культурні, соціальні та індивідуальні особливості.

Методологічні підходи можуть впливати на те, як медійні практики та їхні змістовні аспекти інтерпретуються. Наприклад, підходи, які акцентують увагу на суб'єктивності та об'єктивності різноманітних значень, можуть призвести до різних інтерпретацій одного й того ж медійного контенту. Це підкреслює важливість методології у формуванні наших уявлень про медіа та їхній вплив на суспільство.

Методологія також визначає, які питання вважаються актуальними для дослідження в даному контексті. Це може впливати на розвиток нових теоретичних концепцій у філософії медійних практик. Вибір методологічного підходу може визначати напрямок досліджень і сприяти виявленню нових аспектів медійних явищ, які раніше не були враховані. Наприклад, дослідження впливу соціальних медіа на формування політичних поглядів може виявити нові механізми маніпуляції громадською думкою та підкреслити важливість медійної грамотності у сучасному суспільстві.

Таким чином, методологія дослідження медійних практик не лише формує рамки для аналізу, але й визначає спосіб, яким ми розуміємо та сприймаємо медійний світ у сучасному суспільстві. Кожен з методологічних підходів – класичний, модерністський та постмодерністський – пропонує свої унікальні інструменти і перспективи для наукових проєктів медійних явищ. Вони доповнюють один одного і дозволяють отримати більш повну і багатовимірну картину медійного ландшафту, що є особливо важливим у сучасну епоху швидких технологічних змін і глобалізації інформаційних потоків.

Питання до практичного заняття:

1. Класичні принципи дослідження у наукових проєктах філософії медійних практик.
2. Модерністські принципи у методології дослідження.
3. Постмодерністські принципи у дослідженні медійних практик.
4. Приклади дослідницьких методологій (класика, модерн, постмодерн).
5. Вплив наукової методології на розуміння та інтерпретацію медійних практик.

Практичні завдання для самостійної роботи:

1. Ознайомтеся з основними принципами класичної, модерністської та постмодерністської методології у наукових проєктах філософії медійних практик. Створіть таблицю з описом кожного з принципів та зробіть висновок, де порівняйте класичні, модерністські та постмодерністські принципи.
2. Оберіть актуальну тему для дослідження у сфері медійних практик або використайте результати виконання практичних за-

вдань теми 3. Обґрунтуйте свій вибір з точки зору актуальності та впливу на суспільство (300-500 слів). Використовуючи класичні методологічні принципи, напишіть план дослідження обраної теми та методи, які будете використовувати. Потім розробіть альтернативний план дослідження тієї ж теми, але з використанням модерністських принципів. Та створіть ще один план дослідження, застосовуючи постмодерністські ідеї та принципи. Напишіть порівняльний аналіз (500-700 слів) трьох підходів, зазначивши сильні та слабкі сторони кожного з них та їхній вплив на інтерпретацію медійних явищ у вашому науковому проєкті.

Теми презентацій та повідомлень для індивідуальних завдань:

1. Методологічні особливості наукових проєктів у сфері філософії медійних практик: порівняння класичного та некласичного підходів.

2. Розробка методології дослідження щодо впливу масових медіа на суспільну свідомість: перспективи модерністського підходу.

3. Створення власної методології наукового проєкту у філософії медійних практик: вплив філософського підходу.

Рекомендовані джерела:

1. Галян О.В. Методологія та організація наукових досліджень: навч.-метод. видання. / Луцьк :Вежа-Друк, 2021. – 26 с.
2. Данильян О. Г. Методологія наукових досліджень :підручник / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань. – Харків :Право, 2019. – 368 с.
3. Кваско А.В., Сухорукова О.А., Григорова З.В. Сучасні методи досліджень в медіаменеджменті // Економіка та суспільство. Вип. 24, 2021. – С. 34-41.
4. Мельничук О. С. Доктрина прав людини та методологія юриспруденції: сучасні виклики. Юридичний науковий електронний журнал. 2024. № 1. С. 41-44. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2024-1/6>.
5. Мельничук О. С. Класичні та некласичні принципи методології сучасного права та держави. Держава та регіони. Серія: Право. 2023. № 4 (82). Т. 2. С. 85-90. DOI: <https://doi.org/10.32782/1813-338X-2023.4.2.16>.
6. Методологія та інноватика загальнотеоретичної юриспруденції : монографія / Ю. М. Оборотов, А. П. Овчиннікова, В. В. Завальнюк та ін. ; під ред. Ю. М. Оборотова. – Одеса :Фенікс, 2019. – 420 с.

7. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьової. Запоріжжя :ЗНУ, 2017. 156 с.
8. Методологія та організація наукових досліджень :навч. посіб. / І. С. Добронравова, О. В. Руденко, Л. І. Сидоренко та ін. ; за ред. І. С. Добронравової / (ч. 1), О. В. Руденко (ч. 2). – К. :ВПЦ «Київський університет», 2018. – 607 с.
9. Саввова О. В. Методологія наукових досліджень :конспект лекцій для студентів 1 курсу денної форми навчання другого (магістерського) рівня. – Харків :ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 104 с.
10. Самсонов В.В., Сільвестров А.М., Тачиніна О.М. Методологія наукових досліджень та приклади її використання: навч. посібник. К.:НУХТ, 2022. – 385 с.
11. Швець Ф. Д. Методологія та організація наукових досліджень. Навчальний посібник. – Рівне :НУВГП, 2016. – 151 с.
12. Хворостина О.В. Методи та методологічні підходи до вивчення явища трансмедіації у медіаіндустрії // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, VI(31), 2018. – С. 50-53.
13. Methodology of Jurisprudence :interactive manual / O.S. Melnychuk, V.V. Dudchenko, A.I. Bondarenko. – Odesa :Pheniks, 2020. – 78 p.

Тема 5

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТА ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ У КЕРУВАННІ НАУКОВИМИ ПРОЄКТАМИ МЕДІЙНИХ ПРАКТИК

Лекційні питання:

Мета вивчення полягає у ознайомленні студентів із сучасними науковими технологіями та підходами, що застосовуються у керуванні науковими проєктами медійних практик. Це включає вивчення переваг і обмежень інноваційних та інтеграційних підходів, а також розуміння способів поєднання класичних і новітніх методів для забезпечення комплексного підходу до вивчення медійних явищ.

1. Сучасні наукові інноваційні технології та підходи у керуванні дослідженнями сфери філософії медійних практик.
2. Інноваційні підходи та методи у формуванні результатів та висновків наукових робіт.
3. Переваги та обмеження інноваційних та інтеграційних підходів у дослідженнях сфери філософії медійних практик.
4. Види інноваційних та інтеграційних підходів у дослідженнях філософії медійних практик як науки.
5. Поєднання класичних та інноваційних підходів у керуванні науковими дослідженнями медійних явищ.

Зміст лекції

1. Сучасні наукові інноваційні технології та підходи у керуванні дослідженнями сфери філософії медійних практик.

У сучасних наукових дослідженнях активно використовуються інноваційні технології, такі, наприклад, як аналіз великих обсягів даних та штучний інтелект. Ці технології дозволяють здійснювати більш глибокий та об'єктивний аналіз медійного змісту та сприяють виявленню нових тенденцій у медійній сфері. За допомогою алгоритмів штучного інтелекту можливо автоматично класифікувати та аналізувати величезні обсяги інформації, що надає дослідникам

змогу зосередитися на більш глибокому осмисленні отриманих результатів. Наприклад, аналіз соціальних медіа може виявити, як різні групи людей реагують на певні події або новини, що допомагає краще розуміти динаміку суспільної думки.

Дослідники також використовують інтеграційні підходи, об'єднуючи філософію з іншими галузями науки, такими як соціологія, психологія, культурологія, юриспруденція тощо. Це дозволяє розглядати медійні практики у комплексі та розуміти їхній вплив на суспільство. Наприклад, психологічний аналіз може допомогти зрозуміти, як медіа впливають на емоційний стан людей, а соціологічні дослідження – як медійні практики впливають на соціальну структуру та відносини в суспільстві. Такий підхід дозволяє отримати більш повну та різнобічну картину медійних явищ, що є необхідним для глибокого філософського аналізу.

Ще однією інноваційною практикою є залучення до досліджень активної участі громадськості та інших зацікавлених сторін. Це сприяє більш широкому розумінню медійних практик і врахуванню різноманітних точок зору. Громадськість може надавати цінну інформацію та зворотний зв'язок, що допомагає дослідникам коригувати свої підходи та враховувати реальні потреби та очікування різних груп людей. Наприклад, дослідження може включати опитування або фокус-групи, що дозволяє отримати безпосередні дані від споживачів медійного контенту. Це не тільки підвищує достовірність і релевантність результатів дослідження, але й сприяє формуванню більш демократичного та інклюзивного підходу до вивчення медійних явищ.

Використання віртуальної реальності та інших інтерактивних технологій також надає можливість дослідження впливу медійних практик на сприйняття та поведінку глядачів у більш реалістичному середовищі. Віртуальна реальність дозволяє створювати симуляції медійних ситуацій, що можуть бути використані для вивчення реакцій та поведінки людей в умовах, максимально наближених до реальних. Наприклад, дослідники можуть моделювати віртуальні середовища, де учасники взаємодіють з медійним контентом, і спостерігати, як це впливає на їхні емоції, думки та дії. Це відкриває нові можливості для вивчення впливу медіа на свідомість та поведінку людей, які раніше були недоступні через обмеженість традиційних методів дослідження.

Інноваційні підходи також включають використання соціальних мереж та онлайн-платформ для збору даних та проведення експериментів. Це дозволяє дослідникам залучати ширшу аудиторію та отримувати більш різноманітні дані. Наприклад, дослідження можуть проводитися через соціальні медіа, що дозволяє збирати дані у реальному часі та вивчати поведінку користувачів у їхньому природному середовищі. Це допомагає краще зрозуміти, як люди взаємодіють з медійним контентом у повсякденному житті, і які фактори впливають на їхні медійні уподобання та звички.

Загалом, інноваційні технології та підходи у керуванні науковими проектами медійних явищ сприяють розвитку нових методів аналізу та розуміння медійного світу. Вони дозволяють дослідникам отримувати більш точні та комплексні дані, що є важливим для формування нових теоретичних концепцій та практичних рекомендацій у сфері медіа. Інноваційні підходи також сприяють підвищенню релевантності та достовірності результатів досліджень, що є ключовим для успішного розвитку науки про медійні практики.

2. Інноваційні підходи та методи у формуванні результатів та висновків наукових робіт.

У сфері філософії медійних практик інноваційні підходи щодо формування результатів і висновків охоплюють використання сучасних аналітичних інструментів та програмного забезпечення для обробки даних. Це дозволяє дослідникам ефективно аналізувати великі обсяги інформації і виявляти патерни та тенденції. Наприклад, програмне забезпечення для аналізу текстів може автоматично виділяти ключові слова, фрази і теми, що значно прискорює процес обробки даних та підвищує точність отриманих результатів.

Крім того, інноваційні методи орієнтовані на взаємодію з аудиторією та спільну роботу з учасниками медійних практик, включаючи журналістів, редакторів і глядачів. Це дозволяє отримувати більш об'єктивну інформацію і враховувати різноманітні погляди. Наприклад, дослідники можуть організовувати фокус-групи або проводити опитування серед різних груп споживачів медійного контенту, що допомагає зрозуміти, як різні аудиторії сприймають та інтерпретують інформацію.

Напрямки досліджень у цій галузі також розвиваються через використання новітніх технологій, таких як віртуальна реальність та

штучний інтелект, для створення інтерактивних моделей та симуляцій, що допомагають краще розуміти медійні практики і їхній вплив на суспільство та формувати результати та висновки наукових робіт. Наприклад, віртуальна реальність може використовуватися для моделювання різних медійних середовищ, що дозволяє дослідникам спостерігати за поведінкою користувачів у контрольованих умовах. Це надає можливість отримати детальнішу інформацію про те, як різні медійні формати впливають на сприйняття та емоції аудиторії.

Інноваційні підходи також включають використання алгоритмів машинного навчання для аналізу медійних даних. Це дозволяє автоматично класифікувати великі масиви інформації, виявляти приховані закономірності та робити прогнози на основі отриманих даних. Наприклад, алгоритми машинного навчання можуть використовуватися для аналізу соціальних мереж, щоб визначити, які теми є найбільш популярними серед користувачів і як вони змінюються з часом.

Важливим аспектом інноваційних методів є також використання інтерактивних візуалізацій даних. Це дозволяє дослідникам представити результати своїх досліджень у наочній та доступній формі, що сприяє кращому розумінню та інтерпретації отриманих даних. Наприклад, інтерактивні графіки та діаграми можуть використовуватися для демонстрації змін у медійному контенті протягом певного періоду часу або для порівняння різних аспектів медійних практик.

Одним із перспективних напрямків є також використання краудсорсингу для збору та аналізу даних. Це дозволяє залучити до процесу дослідження широку аудиторію, що сприяє отриманню більш різноманітних та багатограних даних. Наприклад, дослідники можуть створювати онлайн-платформи, де користувачі можуть ділитися своїми думками та досвідом щодо певних медійних явищ, що допомагає виявити нові тренди та тенденції.

Важливою складовою інноваційних методів є також розвиток колаборацій між різними науковими інституціями та дослідницькими центрами. Це сприяє обміну знаннями та досвідом, що дозволяє створювати нові методологічні підходи та інструменти для дослідження медійних практик. Наприклад, міжнародні дослідницькі проекти можуть об'єднувати вчених з різних країн, що дозволяє проводити більш комплексні та багатогранні дослідження.

Загалом, використання інноваційних підходів та методів у формуванні результатів та висновків наукових робіт у сфері філософії медійних практик сприяє підвищенню якості та достовірності досліджень, відкриває нові можливості для аналізу та інтерпретації медійних явищ, а також сприяє розвитку нових теоретичних концепцій та практичних рекомендацій у цій галузі.

3. Переваги та обмеження інноваційних та інтеграційних підходів у дослідженнях сфери філософії медійних практик.

Інноваційні та інтеграційні підходи в дослідженнях філософії медійних практик відкривають нові можливості для отримання точніших і глибших результатів. Завдяки сучасним технологіям, таким як штучний інтелект та аналіз великих обсягів даних, дослідники можуть проводити детальніший аналіз медійних явищ, виявляючи тонкі закономірності і зв'язки, які раніше були непомітні. Ці технології дозволяють враховувати не лише текстові та візуальні аспекти медійного контенту, але й емоційні реакції та поведінкові патерни аудиторії, що сприяє більш комплексному розумінню медійних практик.

Крім того, інноваційні та інтеграційні підходи дозволяють інтегрувати знання з різних галузей науки, що розширює перспективи дослідження медійних явищ. Це створює можливості для міждисциплінарних досліджень, де комбінуються різні теоретичні підходи та методи, що допомагає отримати більш всебічний аналіз медійного контенту.

Однак, інноваційні та інтеграційні підходи мають і свої обмеження. По-перше, впровадження нових технологій може бути затратним у плані фінансових та технічних ресурсів. Сучасне обладнання та програмне забезпечення часто вимагають значних інвестицій, що може бути недоступним для невеликих наукових установ або окремих дослідників. Ці витрати також можуть включати технічне обслуговування та оновлення програмного забезпечення, що додає додаткові витрати.

По-друге, для ефективного використання інноваційних та інтеграційних методів та підходів дослідникам необхідно мати високу кваліфікацію і спеціалізовані знання. Нові технології часто вимагають від дослідників навичок роботи з великими обсягами даних, знання специфічних інструментів для аналізу та інтерпретації ре-

зультатів. Це може вимагати додаткового навчання та тренінгів, що забирає час і зусилля.

Нарешті, інноваційні підходи можуть потребувати значного часу на освоєння та впровадження нових методів у дослідженнях. Вивчення нових технологій і адаптація їх до специфічних завдань може затримати процес збору та аналізу даних, що вплине на графік дослідження. Потреба в часі на тестування нових інструментів та методів може створити затримки у проведенні досліджень і підготовці результатів.

Отже, хоча інноваційні та інтеграційні підходи у дослідженнях медійних практик відкривають нові горизонти для отримання глибших і більш точних результатів, вони також супроводжуються певними викликами, такими як висока вартість, необхідність спеціалізованих знань і можливі затримки у процесі досліджень. Розуміння цих переваг і обмежень дозволяє дослідникам краще керувати науковими проектами, планувати свою роботу та ефективно використовувати інноваційні та інтеграційні підходи для досягнення найбільш значущих результатів у сфері філософії медійних практик.

4. Види інноваційних та інтеграційних підходів у дослідженнях філософії медійних практик як науки.

У сучасних дослідженнях філософії медійних практик використовуються різноманітні інноваційні та інтеграційні підходи, які значно розширюють можливості аналізу та розуміння медійних явищ. Перший вид полягає у використанні сучасних аналітичних інструментів, таких як машинне навчання та штучний інтелект. Ці технології дозволяють обробляти великі обсяги медійних даних з високою швидкістю та точністю, що робить можливим виявлення складних закономірностей і тенденцій, які можуть бути непомітними при традиційному аналізі. Машинне навчання може автоматично класифікувати та аналізувати текстові, аудіо та відео дані, що значно підвищує ефективність досліджень і дозволяє отримувати детальні та об'єктивні результати.

Другий вид, про який вже було зазначено вище, – це міждисциплінарний підхід, який передбачає інтеграцію знань з філософії медійних практик з іншими науковими дисциплінами, такими як соціологія, культурологія, психологія і навіть неврологія тощо. Цей підхід дозволяє дослідникам розглядати медійні явища у комплекс-

сному контексті, враховуючи різні аспекти їхнього впливу на суспільство та індивідуальні свідомості. Міждисциплінарний підхід сприяє створенню більш комплексних теоретичних моделей і методологій, які враховують різноманітні аспекти медійної реальності і її взаємодію з іншими сферами життя.

Третій вид включає використання новітніх технологій для проведення експериментів і досліджень. Сюди відносяться технології віртуальної реальності (VR) та техніки біофідбеку, які дозволяють дослідникам вивчати вплив медійних практик на психофізіологічні процеси в реальному часі. Віртуальна реальність забезпечує можливість створення і моделювання різних медійних середовищ для дослідження, як вони сприймаються і як на них реагують користувачі. Біофідбек технології дозволяють вимірювати фізіологічні реакції на медійний контент, такі як зміни в серцевому ритмі або електричній активності шкіри, що дає можливість досліджувати психологічні та емоційні реакції на медійний контент.

Четвертий вид – це співпраця з медійними практиками та індустрією для проведення досліджень у реальних умовах. Цей підхід, відомий як «польовий» або практичний, який передбачає інтеграцію дослідників у медійні організації та практичні процеси для безпосереднього вивчення їх впливу на суспільство. Таке партнерство дозволяє отримувати практичні дані про реальні медійні практики і їх ефекти, а також забезпечує дослідників можливістю тестувати свої теоретичні моделі у реальних умовах.

Інноваційні та інтеграційні підходи у дослідженнях філософії медійних практик включають не тільки використання передових технологій і методів, але і міждисциплінарний аналіз та співпрацю з практиками індустрії, що створює умови для отримання більш чіткого впорядкування наукових проєктів та глибоких і всебічних результатів.

5. Поєднання класичних та інноваційних підходів у керуванні науковими дослідженнями медійних явищ.

Поєднання класичних та інноваційних підходів у керуванні науковими дослідженнями медійних явищ відкриває нові можливості для розуміння складних медійних феноменів. Класичні методи, такі як текстовий аналіз, історичний підхід, надають глибокий контекст і історичну перспективу, що дозволяє дослідникам розглянути медійні явища у їхньому розвитку, зокрема, виявити закономірності

та еволюційні зміни у медійних практиках. Ці підходи допомагають зберегти історичну точність і враховувати культурні та соціальні умови, які впливали на формування медійного контенту в різні періоди часу.

На противагу цьому, інноваційні підходи, такі як машинне навчання, аналіз великих обсягів даних і використання штучного інтелекту, надають можливість обробляти і аналізувати величезні обсяги медійних даних з високою швидкістю та точністю. Інноваційні технології, такі як алгоритми обробки природної мови і когнітивні моделі, дозволяють досліджувати взаємодії медійного контенту з аудиторією на більш детальному рівні, що відкриває нові горизонти для розуміння впливу медійних практик на соціальні процеси.

Поєднання класичних та інноваційних підходів забезпечує багатогранний аналіз медійних явищ, де історичні та культурні контексти інтегруються з сучасними технологічними можливостями. Наприклад, використання історичних методів для аналізу старовинних медійних текстів у поєднанні з сучасними методами, такими як когнітивний аналіз, дозволяє не тільки вивчити еволюцію медійних практик, але й зрозуміти їхній вплив на сучасність. Класичні підходи забезпечують фундамент і контекст, а інноваційні методи дозволяють отримати нові, раніше недоступні дані та знання.

Цей синтез також сприяє більш об'єктивному і комплексному розумінню медійних явищ, оскільки поєднує історичний аналіз із передовими технологічними можливостями. Це дозволяє дослідникам отримувати більш детальні і точні результати, які враховують як історичний контекст, так і сучасні тенденції. Такий підхід допомагає розвивати нові теоретичні концепції і моделі, які краще відображають складність і динаміку медійного середовища в сучасному світі.

Питання до практичного заняття:

1. Сучасні наукові інноваційні та інтеграційні технології та підходи у дослідженнях сфери філософії медійних практик.
2. Інноваційні підходи та методи у формуванні результатів та висновків наукових робіт.
3. Переваги та обмеження інноваційних та інтеграційних підходів у дослідженнях філософії медійних практик.
4. Види інноваційних та інтеграційних підходів у дослідженнях філософії медійних практик як науки.
5. Поєднання класичних та інноваційних підходів у керуванні науковими проєктами медійних явищ.

Практичні завдання для самостійної роботи:

1. Оберіть одну або кілька сучасних інноваційних та інтеграційних технологій або підходів, таких як штучний інтелект, машинне навчання, аналіз даних, віртуальна реальність, біофідбек тощо, що можуть використовуватися у дослідженнях медійних практик. Охарактеризуйте ці технології: їхні основні функції, принципи роботи та сфери застосування в дослідженнях філософії медійних практик. Які нові можливості вони відкривають для вивчення медійного контенту? Які конкретні переваги вони надають у порівнянні з традиційними підходами до дослідження? Напишіть звіт.

2: Виберіть кілька інноваційних підходів або методів, що використовуються в дослідженнях медійних практик, наприклад, цифрові платформи для збору даних, новітні методи аналізу контенту, чи інтерактивні технології. Оцініть переваги та обмеження кожного підходу: Як кожен підхід може покращити точність та якість результатів досліджень? Які основні обмеження і виклики супроводжують використання кожного підходу? Проаналізуйте приклади реальних досліджень, де застосовуються ці підходи, вкажіть їхні результати і порівняйте їх з традиційними підходами до дослідження. Напишіть звіт.

Теми презентацій та повідомлень для індивідуальних завдань:

1. Інноваційні та інтеграційні підходи в дослідженнях філософії медійних практик: переваги та виклики.

2. Вплив штучного інтелекту на методи та підходи у керуванні дослідженнями у медійній філософії: нові можливості та етичні питання.

3. Роль інтерактивного спілкування з аудиторією у сучасних медійних дослідженнях: інноваційні техніки та підходи.

Рекомендовані джерела:

1. Галян О.В. Методологія та організація наукових досліджень: навч.-метод. видання. / Луцьк :Вежа-Друк, 2021. – 26 с.
2. Інноваційні технології в сучасному освітньому просторі: колективна монографія / За заг. редакцією Г.Л. Єфремової. – Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2020. – 444 с.
3. Кваско А.В., Сухорукова О.А., Григорова З.В. Сучасні методи досліджень в медіаменеджменті // Економіка та суспільство. Вип. 24, 2021. – С. 34-41.

4. Мельничук О. С. Доктрина прав людини та методологія юриспруденції: сучасні виклики. Юридичний науковий електронний журнал. 2024. № 1. С. 41-44. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2024-1/6>.
5. Методологія та інноватика загальнотеоретичної юриспруденції :монографія / Ю. М. Оборотов, А. П. Овчиннікова, В. В. Завальнюк та ін. ; під ред. Ю. М. Оборотова. – Одеса :Фенікс, 2019. – 420 с.
6. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьової. Запоріжжя :ЗНУ, 2017. 156 с.
7. Методологія та організація наукових досліджень :навч. посіб. / І. С. Добронравова, О. В. Руденко, Л. І. Сидоренко та ін. ; за ред. І. С. Добронравової / (ч. 1), О. В. Руденко (ч. 2). – К. :ВПЦ «Київський університет», 2018. – 607 с.
8. Методологія та організація наукових досліджень: навчальний посібник / укладачі: Н.В. Рашкевич, Ю.А. Отрош. Харків, 2022. 291 с.
9. Саввова О. В. Методологія наукових досліджень :конспект лекцій для студентів 1 курсу денної форми навчання другого (магістерського) рівня. – Харків :ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 104 с.
10. Самсонов В.В., Сільвестров А.М., Тачиніна О.М. Методологія наукових досліджень та приклади її використання: навч. посібник. К.:НУХТ, 2022. – 385 с.
11. Хворостина О.В. Методи та методологічні підходи до вивчення явища трансмедіації у медіаіндустрії // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, VI(31), 2018. – С. 50-53.
12. Methodology of Jurisprudence :interactive manual / O.S. Melnychuk, V.V. Dudchenko, A.I. Bondarenko. – Odesa :Pheniks, 2020. – 78 p.

Тема 6

АНТРОПОЛОГІЧНИЙ, АКСІОЛОГІЧНИЙ ТА ЦИВІЛІЗАЦІЙНИЙ ПІДХОДИ У РОЗВ'ЯЗАННІ СКЛАДНИХ НАУКОВИХ ЗАДАЧ

Лекційні питання:

Мета вивчення полягає в аналізі того, як різні підходи впливають на керування, створення і розуміння медійних проєктів. Студенти дізнаються, як медіа взаємодіють з людською культурою, впливають на формування цінностей та відображають цивілізаційні зміни; навчаються аналізувати медійний контент через призму людських потреб, моральних переконань та культурних контекстів.

1. Антропологічний підхід у медійних дослідженнях: взаємодія людини та медіа.
2. Аксиологічний підхід та його вплив на формування медійних проєктів.
3. Вплив цивілізаційного підходу на медійні практики та зміну медійних концепцій у різних культурних середовищах.
4. Приклади медійних проєктів: антропологічні або аксиологічні засади.
5. Перспективи використання у дослідженні антропологічних, аксиологічних і цивілізаційних підходів у контексті керування сучасними медійними проєктами.

Зміст лекції

1. Антропологічний підхід у медійних дослідженнях: взаємодія людини та медіа.

Антропологічний підхід у медійних дослідженнях акцентує увагу на взаємодії людини та медіа як важливому аспекті сучасного суспільства. Цей підхід спрямований на вивчення впливу медіа на культурну, соціальну та психологічну сфери людського життя. Антропологи вивчають, які ролі відіграють медіа в формуванні ідентичності, цінностей та стереотипів особистості. Вони аналізують

взаємодію між споживачами медіа та медійним контентом, а також досліджують культурні практики, що формуються навколо медіа. Антропологічний підхід допомагає краще зрозуміти, як медіа впливають на сприйняття світу та суспільство в цілому, і які важливі трансформації відбуваються в цих процесах в сучасному інформаційному суспільстві.

Основна мета антропологічного підходу – зрозуміти, як медіа інтегруються в повсякденне життя людей і як вони впливають на їхні соціальні взаємодії та культурні практики. Це включає дослідження медійного споживання, тобто, як, коли і чому люди користуються різними видами медіа. Наприклад, вивчення звичок користувачів соціальних мереж може показати, як ці платформи впливають на їхнє соціальне життя та спілкування. Також досліджується, як медіа впливають на соціальні структури, наприклад, як вони можуть сприяти зміні соціальних норм і цінностей.

Антропологічний підхід передбачає використання якісних методів дослідження, таких як інтерв'ю, спостереження та етнографічні дослідження. Ці методи дозволяють глибоко вникнути в досліджувану тему та отримати детальні і комплексні дані. Наприклад, етнографічні дослідження можуть включати спостереження за тим, як люди використовують медіа в різних контекстах, наприклад, вдома, на роботі або в публічних місцях. Інтерв'ю з користувачами медіа можуть допомогти зрозуміти їхні особисті досвіди та погляди на медіа.

Крім того, антропологічний підхід враховує історичний та культурний контекст, у якому функціонують медіа. Це важливо для розуміння того, як різні культури сприймають і використовують медіа. Наприклад, дослідження медіа в різних країнах може показати, як національні культури впливають на медійні практики. Розглядається, як глобалізація та розвиток нових технологій змінюють медіа та їхній вплив на суспільство.

Антропологічний підхід також дозволяє досліджувати, як медіа впливають на формування та зміну культурних ідентичностей. Медіа можуть впливати на те, як люди бачать себе та інших, а також на їхнє розуміння світу. Дослідження можуть показати, як медійний контент впливає на формування гендерних ролей або етнічних іден-

тичностей; вивчається, як медіа можуть сприяти соціальним змінам, наприклад, через поширення нових ідей та інформації.

У сучасному інформаційному суспільстві медіа відіграють ключову роль у формуванні суспільних уявлень та норм. Антропологічний підхід дозволяє глибше зрозуміти цей процес і виявити, які саме зміни відбуваються під впливом медіа. Наприклад, дослідження можуть показати, як медіа впливають на політичні погляди та поведінку громадян. Антропологи також досліджують, як медіа можуть впливати на міжкультурну взаємодію та взаєморозуміння.

Одним з ключових аспектів антропологічного підходу є розуміння взаємодії між медіа та аудиторією. Антропологічні дослідження вивчають, як аудиторія інтерпретує та реагує на медійний контент, а також як вона бере участь у його створенні. Це включає дослідження контенту користувачів, таких як блоги, влоги та інші форми самовираження в медіа. Антропологи також досліджують, як аудиторія використовує медіа для створення власних культурних практик та соціальних мереж.

Важливим аспектом антропологічного підходу є також дослідження етичних питань, пов'язаних з використанням медіа. Це включає питання приватності, авторських прав, медійної маніпуляції та інших етичних проблем, що виникають у сучасному медійному середовищі.

Отже, антропологічний підхід у медійних дослідженнях є важливим інструментом для розуміння складних взаємодій між медіа та суспільством. Він дозволяє отримати глибокі знання про те, як медіа впливають на культурні, соціальні та психологічні аспекти людського життя, і як вони можуть сприяти соціальним змінам.

2. Аксіологічний підхід та його вплив на формування медійних проєктів.

Аксіологічний підхід у медійних дослідженнях робить акцент на цінності та етичні аспекти у формуванні та аналізі медійних проєктів. Він вивчає, які цінності і переконання відображаються в медійному контенті та як ці цінності впливають на аудиторію. Цей підхід допомагає розкрити моральні та етичні аспекти, пов'язані зі змістом медійних проєктів. Він спонукає до обговорення та аналізу питань, які стосуються справедливості, прав людини, рівності та ін-

ших важливих соціальних цінностей. Такий ціннісний підхід також допомагає розуміти, як формується публічна думка та як медійний контент впливає на формування соціокультурних норм у суспільстві. Аксиологічний аналіз є важливим інструментом для оцінки впливу медіа на формування цінностей і норм у сучасному світі.

Аксиологічний підхід дозволяє глибше зрозуміти, як медійні проекти можуть формувати та трансформувати суспільні цінності. Медійний контент, який базується на певних цінностях, має здатність впливати на аудиторію, змінювати її переконання та поведінку. Наприклад, медійні проекти, що пропагують толерантність, права людини та гендерну рівність, можуть сприяти формуванню більш справедливого і рівноправного суспільства. З іншого боку, медіа, що поширюють дискримінаційні або насильницькі ідеї, можуть негативно впливати на суспільство, підсилюючи соціальні конфлікти та несправедливість.

Одним з ключових аспектів аксиологічного підходу є аналіз того, як медійні проекти відображають та інтерпретують різні соціальні цінності. Це включає дослідження тематики, сюжетів, героїв та повідомлень, які містяться в медійному контенті. Наприклад, дослідження кінофільмів, телесеріалів або новинних програм можуть показати, які цінності підкреслюються та як вони подаються аудиторії. Також важливо враховувати, як ці цінності сприймаються та інтерпретуються різними групами аудиторії, включаючи різні культурні, соціальні та вікові категорії.

Аксиологічний підхід також важливий для розробки та впровадження етичних стандартів у медіаіндустрії. Етичні кодекси та керівні принципи допомагають забезпечити, щоб медійний контент відповідав високим стандартам якості та відповідальності. Це включає дотримання принципів чесності, об'єктивності, справедливості та поваги до прав людини. Наприклад, журналістські етичні кодекси часто включають положення про уникнення дискримінації, дотримання конфіденційності та захист джерел інформації.

Окрім того, аксиологічний підхід може сприяти розвитку медійної грамотності серед аудиторії. Медійна грамотність включає здатність критично оцінювати медійний контент, розпізнавати маніпулятивні та дезінформаційні техніки, а також розуміти, як медіа можуть впливати на суспільні цінності та переконання. Розвиток

медійної грамотності є важливим аспектом аксіологічного підходу, оскільки він допомагає аудиторії стати більш обізнаною та відповідальною у взаємодії з медіа.

Аксіологічний підхід також може включати аналіз економічних та політичних чинників, що впливають на медійний контент. Це включає дослідження того, як фінансові інтереси, рекламні кампанії та політичні впливи можуть формувати зміст медіа. Наприклад, комерційні медіа можуть віддавати перевагу сенсаційним та розважальним матеріалам, що привертають увагу аудиторії та підвищують рейтинги, на шкоду глибокому аналізу соціальних проблем. Політичні медіа можуть використовуватися для просування певних ідеологій та політичних інтересів, що може впливати на об'єктивність та неупередженість новин.

Ще одним важливим аспектом аксіологічного підходу є дослідження впливу медіа на маргіналізовані та вразливі групи населення. Це включає аналіз того, як медіа представляють та обговорюють питання, пов'язані з меншинами, бідністю, гендерною нерівністю, дискримінацією та іншими соціальними проблемами. Аксіологічний підхід допомагає виявити, чи медійний контент сприяє посиленню стереотипів та упереджень, чи, навпаки, сприяє підвищенню обізнаності та розуміння цих проблем.

У сучасному світі, де медіа відіграють ключову роль у формуванні суспільної думки, аксіологічний підхід є надзвичайно важливим. Він дозволяє оцінити не лише інформаційне, але й моральне та етичне навантаження медійного контенту. Завдяки цьому підходу дослідники можуть розробляти рекомендації для медіаіндустрії, спрямовані на підвищення якості та відповідальності медійних продуктів. Це, в свою чергу, сприяє формуванню більш справедливого, етичного та усвідомленого медійного середовища.

Таким чином, аксіологічний підхід у медійних дослідженнях є важливим інструментом для аналізу цінностей та етичних аспектів медійного контенту. Він допомагає зрозуміти, як медіа впливають на формування суспільних цінностей та норм, а також як вони можуть сприяти соціальним змінам. Використання цього підходу сприяє розвитку медійної грамотності та етичних стандартів у медіаіндустрії, що є важливим для створення відповідального та якісного медійного середовища.

3. Вплив цивілізаційного підходу на медійні практики та зміну медійних концепцій у різних культурних середовищах.

Цивілізаційний підхід у медійних дослідженнях зосереджений на розумінні того, як різні культурні цивілізації впливають на медійні практики та формують медійні концепції. Він враховує, що сприйняття медіа, їхній зміст і функції можуть відрізнятися в залежності від культурних та цивілізаційних особливостей. Цей підхід дає можливість досліджувати, як медійні продукти адаптуються до різних культурних контекстів і як це впливає на сприйняття аудиторією. Він також допомагає розуміти, як культурні цінності та традиції впливають на вибір і зміст медійних практик. Підхід враховує, що медійні концепції можуть бути дуже різними в різних країнах та середовищах, і це важливо для розуміння міжнародного медійного ландшафту і культурної диверсифікації в медійних виразах.

Цивілізаційний підхід дозволяє глибше зануритися в аналіз того, як історичний розвиток та культурна спадщина кожної цивілізації формують специфіку медійного контенту. Наприклад, у країнах з довгою історією монархії медіа можуть акцентувати увагу на традиційних цінностях і символах влади, тоді як у демократичних суспільствах більше уваги приділяється питанням громадянських прав і свобод. Таким чином, цей підхід допомагає зрозуміти, чому певні теми і підходи є більш прийнятними і популярними в одних культурах і менш поширеними в інших.

Також цивілізаційний підхід включає аналіз впливу глобалізації на медійні практики. В умовах глобалізації відбувається інтенсивний обмін культурними елементами, що призводить до гібридизації медійних продуктів. Наприклад, західні медійні формати можуть адаптуватися і змінюватися під впливом локальних культурних особливостей в країнах Азії або Африки. Це створює нові форми медійного контенту, які поєднують елементи різних культур і забезпечують більш широкий спектр.

Крім того, цивілізаційний підхід сприяє розумінню ролі медіа у збереженні та передачі культурної спадщини. У багатьох культурах медіа відіграють важливу роль у збереженні мов, традицій, ритуалів та інших елементів нематеріальної культурної спадщини. Це може бути особливо важливо для меншин і корінних народів, які використовують медіа для документування та популяризації своїх культурних практик у сучасному світі.

Важливо зазначити, що цивілізаційний підхід також звертає увагу на культурні конфлікти і виклики, пов'язані з медійними практиками. Наприклад, впровадження західних медійних стандартів в інших культурах може викликати протиріччя і відторгнення, якщо ці стандарти суперечать місцевим цінностям і нормам. Аналіз таких ситуацій допомагає зрозуміти, як можна досягти балансу між збереженням культурної ідентичності і впровадженням нових медійних технологій.

Цивілізаційний підхід також важливий для аналізу медійних систем у різних політичних режимах. Наприклад, у тоталітарних та авторитарних державах медіа часто контролюються урядом і використовуються як інструмент пропаганди. В таких умовах медійні практики значно відрізняються від тих, що існують у демократичних країнах, де медіа відіграють роль четвертої влади і забезпечують контроль над діяльністю уряду. Цей аспект допомагає зрозуміти різницю в інформаційних потоках та доступі до інформації у різних суспільствах.

Вивчення медіа з цивілізаційної точки зору також включає аналіз впливу релігійних і духовних цінностей на медійні практики. У деяких культурах релігія займає центральне місце в житті суспільства, і це відображається в медійному контенті, який може пропагувати релігійні норми і цінності. Наприклад, у мусульманських країнах медіа можуть дотримуватися ісламських принципів у висвітленні новин та інших матеріалів, що впливає на структуру та зміст медійних продуктів.

Цивілізаційний підхід також допомагає зрозуміти, як медіа сприяють міжкультурному діалогу та взаєморозумінню. У світі, де культурні межі стають все більш проникними, медіа можуть слугувати платформою для обміну ідеями та цінностями між різними цивілізаціями. Це може сприяти зниженню напруженості та конфліктів, покращенню взаєморозуміння і співпраці на глобальному рівні.

Таким чином, цивілізаційний підхід у медійних дослідженнях є важливим інструментом для глибокого розуміння ролі медіа у різних культурних контекстах. Він дозволяє аналізувати, як культурні, історичні, політичні і релігійні чинники впливають на медійні практики і формують медійні концепції.

4. Приклади медійних проєктів: антропологічні або аксіологічні засади.

Одним з прикладів наукового медійного проєкту з використанням антропологічного підходу може бути дослідження впливу масових медійних платформ на культурну самосвідомість молоді в різних країнах. Цей проєкт може досліджувати, як підлітки та молодь сприймають та взаємодіють із медійними засобами та як ця взаємодія впливає на їхні цінності і переконання. Наприклад, дослідники можуть аналізувати, які теми та образи найчастіше з'являються в соціальних мережах і як вони впливають на формування ідентичності молодих людей, їхні соціальні ролі та поведінку.

Ще одним прикладом може бути дослідження аксіологічних аспектів в медійному вмісті, зокрема, в рекламних кампаніях. Дослідження допоможе виявити, які цінності та етичні норми підкреслюються в рекламі, і як це впливає на споживачів. Зокрема, можна аналізувати, як реклама використовує теми гендерної рівності, екологічної свідомості або соціальної відповідальності, і яким чином це формує громадську думку та споживчі поведінкові моделі.

Антропологічний підхід також може бути застосований у проєктах, що досліджують взаємодію етнічних груп з медіа. Наприклад, можна аналізувати, як медійні зображення меншин впливають на їхню самосвідомість та інтеграцію в суспільство. Дослідники можуть вивчати, як представлення етнічних груп в новинах, кіно та телебаченні впливає на їхні соціальні позиції та взаємодію з іншими групами в суспільстві.

Щодо аксіологічного підходу, цікавим прикладом може бути аналіз медійних кампаній соціальної реклами, що спрямовані на боротьбу з дискримінацією або пропаганду здорового способу життя. Дослідження можуть розкрити, які етичні принципи використовуються в цих кампаніях і як вони сприймаються різними сегментами аудиторії. Це допоможе зрозуміти ефективність таких кампаній у формуванні позитивних соціальних змін.

Іншим прикладом аксіологічного підходу є аналіз медійного контенту, пов'язаного з політичними кампаніями. Важливо вивчити, як політики та їхні медійні стратегії відображають певні цінності та переконання, і як це впливає на електорат. Наприклад, можна

досліджувати, як риторика політичних лідерів та їхнє висвітлення в медіа впливають на політичні уподобання та активність громадян.

Ще один приклад медійного проекту з антропологічним підходом – це дослідження впливу нових медіа на традиційні культурні практики. Наприклад, можна вивчати, як соціальні мережі та цифрові платформи впливають на збереження та трансформацію традиційних музичних, танцювальних або ремісничих практик в різних культурах. Це може допомогти зрозуміти, як сучасні технології сприяють або, навпаки, загрожують культурному різноманіттю.

Антропологічний підхід також може бути застосований до вивчення медійних спільнот, таких як фан-клуби або онлайн-спільноти. Дослідники можуть аналізувати, як ці спільноти формуються, які цінності та норми вони підтримують, і як взаємодія в межах цих спільнот впливає на ідентичність та поведінку їхніх членів. Це допоможе краще зрозуміти, як медіа сприяють соціальній кооперації та взаємодії в цифровому середовищі.

Щодо аксіологічного підходу, ще одним прикладом може бути аналіз новинних медіа з точки зору їхньої етичної відповідальності. Дослідники можуть вивчати, як новини представляють конфлікти, кризові ситуації та інші соціально значущі події, і які етичні стандарти при цьому використовуються. Це дозволить оцінити, наскільки медіа відповідають вимогам об'єктивності, неупередженості та відповідальності перед суспільством.

Інший приклад аксіологічного підходу – це дослідження медійного контенту для дітей. Важливо вивчити, які цінності та моральні уроки передаються через дитячі програми, фільми та ігри, і як це впливає на формування ціннісної системи дітей. Це допоможе оцінити якість дитячого медійного контенту та його відповідність потребам розвитку молодшої аудиторії.

Таким чином, приклади медійних проєктів, заснованих на антропологічних або аксіологічних засадах, демонструють широкий спектр можливостей для дослідження медіа в контексті їхнього впливу на суспільство та індивідів. Антропологічний підхід допомагає розкрити глибинні соціальні та культурні процеси, пов'язані з медіа, тоді як аксіологічний підхід зосереджується на ціннісних та етичних аспектах медійної діяльності.

5. Перспективи використання у дослідженні антропологічного, аксіологічного та цивілізаційного підходів у контексті керування сучасними медійними проєктами.

Використання антропологічного підходу в дослідженнях сучасних медійних проєктів дозволяє глибше розуміти споживачів медійного контенту та їхню взаємодію з медіа, враховуючи їхні культурні та соціокультурні контексти. Цей підхід дає змогу дослідникам зосередитися на тому, як люди з різних культурних середовищ сприймають і взаємодіють з медійними продуктами, які соціальні ролі та значення вони надають медіа у своєму повсякденному житті. Завдяки цьому можна краще зрозуміти, як медійний контент впливає на формування ідентичності, соціальних норм і поведінкових моделей у різних групах населення.

Аксіологічний підхід може допомогти виявити цінності, які вкладені в медійний контент, і зрозуміти їхній вплив на сприйняття глядачами чи читачами. Він дозволяє дослідникам аналізувати моральні та етичні аспекти медійних продуктів, розкриваючи, які цінності та переконання вони підтримують і популяризують. Наприклад, у контексті рекламних кампаній або новинних репортажів аксіологічний підхід може показати, як певні теми, такі як справедливість, рівність або екологічна свідомість, представлені та яким чином вони формують суспільну думку та поведінку споживачів.

Цивілізаційний підхід в контексті медійних проєктів розкриває взаємодію між різними культурами та їхнім впливом на медійну індустрію. Він враховує, що медійні концепції можуть суттєво відрізнятися в залежності від культурних та цивілізаційних особливостей. Цей підхід дозволяє аналізувати, як медійні продукти адаптуються до різних культурних контекстів і як це впливає на їхнє сприйняття аудиторією. Наприклад, дослідження можуть зосереджуватися на тому, як глобальні медійні бренди адаптують свої стратегії для різних регіонів світу, враховуючи місцеві культурні норми та традиції.

Ці підходи відкривають нові можливості для керування науковими проєктами та більш глибокого аналізу та розуміння медійних явищ у сучасному світі, що робить їх перспективними у дослідженнях. Вони дозволяють розглядати медіа не лише як засіб комунікації, але і як важливий фактор соціального та культурного впливу. Завдяки антропологічному підходу дослідники можуть зосередитися на конкретних культурних групах і їхніх взаєминах з медіа, вияв-

ляючи унікальні особливості та впливи. Аксіологічний підхід надає інструменти для аналізу моральних і етичних аспектів медійного контенту, що є важливим для оцінки його соціальної відповідальності. Цивілізаційний підхід дозволяє досліджувати глобальні процеси взаємодії культур через медіа, виявляючи, як різні цивілізаційні контексти формують медійні практики та концепції.

Вдале використання цих підходів також сприяє розвитку міждисциплінарних досліджень, оскільки вони інтегрують знання з різних галузей науки, таких як соціологія, культурологія, психологія та етика. Це дає змогу створювати більш комплексні та багатовимірні моделі аналізу медійних явищ. Наприклад, антропологічний підхід може поєднуватися з психологічними дослідженнями для вивчення впливу медіа на індивідуальну ідентичність, тоді як аксіологічний підхід може бути корисним у дослідженнях для оцінки етичних стандартів у медіа.

Крім того, ці підходи можуть мати практичне застосування у створенні медійних проєктів та формуванні управлінських стратегій щодо них. Антропологічний підхід може допомогти медійним компаніям краще розуміти потреби та уподобання різних культурних груп, що сприятиме створенню більш релевантного та ефективного контенту. Аксіологічний підхід може бути використаний для розробки етичних кодексів та стандартів у медійній індустрії, що допоможе підвищити рівень соціальної відповідальності медіа. Цивілізаційний підхід може допомогти у формуванні глобальних медійних стратегій у керуванні науковими проєктами, враховуючи культурні особливості різних регіонів.

Загалом, перспективи використання антропологічного, аксіологічного та цивілізаційного підходів у дослідженні медійних проєктів та керуванні ними є дуже обнадійливими. Вони дозволяють отримати глибші та багатовимірніші знання про медійні явища, сприяють розвитку міждисциплінарних досліджень та мають значний потенціал для практичного та управлінського застосування у медійній індустрії.

Питання до практичного заняття:

1. Взаємодія людини та медіа: антропологічний підхід.
2. Вплив аксіологічного підходу на медійні проєкти.

3. Цивілізаційний підхід: зміни медійних практик у різних культурах.

4. Медійні проекти на основі антропологічних і аксіологічних підходів.

5. Перспективи застосування антропологічного, аксіологічного та цивілізаційного підходів у керуванні сучасними медійними проектами.

Практичні завдання для самостійної роботи:

1. Оберіть один медійний проєкт (наприклад, популярний серіал, соціальна мережа або онлайн-гра), який має значний вплив на певну аудиторію. Використовуючи антропологічний підхід, проаналізуйте, як цей медійний проєкт впливає на соціальну поведінку, культурні норми та цінності його аудиторії. Зверніть увагу на такі аспекти: Як люди взаємодіють з медійним контентом? Які культурні та соціальні зміни спостерігаються в результаті взаємодії з цим медіа? Які нові культурні практики виникають навколо цього медійного проєкту? Напишіть детальний звіт (1500-2000 слів), в якому опишіть результати вашого дослідження. Включіть аналіз впливу медіа на соціальну ідентичність, культурні норми та поведінку. Використайте наукові статті та інші джерела для підкріплення ваших висновків. Підготуйте коротку презентацію (10-15 слайдів), щоб представити свої результати перед групою.

2. Оберіть рекламну кампанію, новинний репортаж або соціальний медійний проєкт, який активно впливає на суспільну думку. Використовуючи аксіологічний підхід, проаналізуйте, які цінності та етичні норми відображаються у вибраному медійному контенті. Зверніть увагу на наступні аспекти: Які основні цінності просуваються у цьому медійному контенті? Як ці цінності впливають на сприйняття аудиторією медійного контенту? Чи є ці цінності універсальними, чи вони відображають конкретні культурні або соціальні контексти? Напишіть аналітичне есе (1500-2000 слів), в якому детально опишіть ваш аналіз. Включіть обговорення етичних аспектів, які просуваються через медійний контент, та їх вплив на формування суспільної думки. Використайте наукові джерела для підкріплення ваших висновків.

Теми презентацій та повідомлень для індивідуальних завдань:

1. Вплив антропологічних аспектів на медійну інформацію: вибір новинних подій та їх інтерпретація.
2. Аксиологічна оцінка медійних проєктів: ціннісні основи у створенні рекламних кампаній.
3. Порівняльний аналіз медійних практик у різних країнах як наслідок впливу цивілізаційних чинників.

Рекомендовані джерела:

1. Галян О.В. Методологія та організація наукових досліджень: навч.-метод. видання. / Луцьк :Вежа-Друк, 2021. – 26 с.
2. Кваско А.В., Сухорукова О.А., Григорова З.В. Сучасні методи досліджень в медіаменеджменті // Економіка та суспільство. Вип. 24, 2021. – С. 34-41.
3. Мельничук О. С. Класичні та неklasичні принципи методології сучасного права та держави. Держава та регіони. Серія: Право. 2023. № 4 (82). Т. 2. С. 85-90. DOI: <https://doi.org/10.32782/1813-338X-2023.4.2.16>.
4. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьової. Запоріжжя :ЗНУ, 2017. 156 с.
5. Методологія та інноватика загальнотеоретичної юриспруденції : монографія / Ю. М. Оборотов, А. П. Овчиннікова, В. В. Завальнюк та ін. ; під ред. Ю. М. Оборотова. – Одеса :Фенікс, 2019. – 420 с.
6. Методологія та організація наукових досліджень: навчальний посібник / укладачі: Н.В. Рашкевич, Ю.А. Отрош. Харків, 2022. 291 с.
7. Саввова О. В. Методологія наукових досліджень :конспект лекцій для студентів 1 курсу денної форми навчання другого (магістерського) рівня. – Харків :ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 104 с.
8. Самсонов В.В., Сільвестров А.М., Тачиніна О.М. Методологія наукових досліджень та приклади її використання: навч. посібник. К.:НУХТ, 2022. – 385 с.
9. Хворостина О.В. Методи та методологічні підходи до вивчення явища трансмедіації у медіаіндустрії // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, VI(31), 2018. – С. 50-53.
10. Methodology of Jurisprudence :interactive manual / O.S. Melnychuk, V.V. Dudchenko, A.I. Bondarenko. – Odesa :Pheniks, 2020. – 78 p.

Тема 7

УПРАВЛІНСЬКА РОБОТА ЩОДО ЗБОРУ, АНАЛІЗУ ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ДАНИХ У НАУКОВИХ ПРОЄКТАХ З ФІЛОСОФІЇ МЕДІЙНИХ ПРАКТИК

Лекційні питання:

Мета вивчення полягає у вивченні методів та інструментів збору і аналізу даних, які використовуються у цій сфері, що дозволить ефективно керувати науковими проєктами та отримувати точні і достовірні результати, а також правильно інтерпретувати їх у контексті філософських аспектів медійних практик; допоможе зрозуміти критерії вибірки, виклики та обмеження, що виникають у процесі досліджень, і шляхи їх подолання.

1. Методи збору даних у керуванні дослідженнями сфери медійних практик.
2. Інструменти та програми для аналізу медійних даних та інтерпретації інформації.
3. Критерії вибірки для дослідження у сфері філософії медійних практик.
4. Інтерпретація даних та формування результатів дослідження у філософії медійних практик.
5. Збір, аналіз та інтерпретація даних у керуванні медійними дослідженнями: виклики, обмеження та їх подолання.

Зміст лекції

1. Методи збору даних у керуванні дослідженнями сфери медійних практик.

Методи збору даних для досліджень у сфері медійних практик охоплюють широкий спектр підходів, що дозволяють ефективно виконувати управлінську роботу та вивчати різні аспекти взаємодії аудиторії з медійним контентом. Один із найпоширеніших методів – анкетування, що дозволяє зібрати кількісні дані щодо великої аудиторії через структуровані запитання. Це дозволяє отримати ста-

тистично значущі результати, які можуть бути проаналізовані для виявлення загальних тенденцій та патернів поведінки споживачів медійного контенту.

Інтерв'ю є ще одним важливим методом збору даних, який дозволяє отримати глибшу та якісну інформацію від індивідуальних учасників. Цей метод є особливо корисним для вивчення особистих поглядів, думок та мотивів респондентів, що неможливо отримати через анкетування. Інтерв'ю можуть бути структурованими, напівструктурованими або неструктурованими, що дозволяє гнучко підходити до збору даних залежно від дослідницьких цілей.

Спостереження також є важливим методом збору даних у дослідженнях медійних практик. Воно дозволяє дослідникам безпосередньо спостерігати за поведінкою та взаємодією людей з медійним контентом у природних умовах. Це може включати спостереження за тим, як люди використовують соціальні мережі, дивляться телевізійні програми або взаємодіють з онлайн-контентом. Спостереження може бути як включеним, так і навпаки, залежно від ролі дослідника у досліджуваному середовищі.

Контент-аналіз є ще одним ключовим методом збору даних, який використовується для вивчення змісту медійних матеріалів, таких як тексти, відео та аудіо. Цей метод дозволяє систематично аналізувати наявні в медіа повідомлення та виявляти приховані смисли, теми та патерни. Контент-аналіз може бути як кількісним, так і якісним, залежно від дослідницьких завдань та об'єктів аналізу.

Окрім зазначених методів, дослідження медійних практик можуть також включати використання фокус-груп. Фокус-групи дозволяють зібрати думки та враження групи учасників у форматі групової дискусії. Це дає змогу отримати різні точки зору на медійні явища та виявити спільні теми та проблеми. Фокус-групи можуть бути особливо корисними для дослідження нових медійних продуктів або контенту, оскільки дозволяють дослідникам отримати миттєвий зворотний зв'язок від аудиторії.

Також варто зазначити використання методу аналізу даних великих обсягів (big data), який стає все більш популярним у медійних дослідженнях. Цей метод дозволяє аналізувати великі обсяги даних, зібрані з різних джерел, таких як соціальні мережі, веб-сайти, онлайн-форуми тощо. Аналіз таких даних дозволяє виявити законо-

мірності та тенденції, які можуть бути недоступними для традиційних методів дослідження. Він також може бути використаний для прогнозування поведінки аудиторії та розробки ефективних медійних стратегій.

На додаток до традиційних методів управлінської роботи щодо збору даних, у сучасних медійних дослідженнях все частіше використовуються технології автоматичного збору та аналізу даних, такі як веб-скрапінг та аналіз соціальних мереж. Ці технології дозволяють автоматично збирати дані з веб-сайтів та соціальних мереж, що значно спрощує процес керування науковими проєктами в цілому та збору даних зокрема, що дозволяє дослідникам зосередитися на їхньому якісному аналізі.

Кожен з методів збору даних має свої переваги та обмеження, і вибір конкретного методу залежить від цілей та завдань дослідження. Анкетування та інтерв'ю є корисними для отримання детальної інформації про погляди та поведінку аудиторії, тоді як спостереження та контент-аналіз дозволяють дослідникам безпосередньо аналізувати взаємодію з медійним контентом. Фокус-групи та аналіз великих даних дозволяють отримати більш загальну картину та виявити глобальні тенденції.

Використання різноманітних методів збору даних у дослідженнях медійних практик дозволяє дослідникам отримати багатомірну картину взаємодії аудиторії з медіа та краще розуміти складні процеси, що відбуваються у медійному середовищі. Це, у свою чергу, сприяє розробці ефективних медійних стратегій та підходів, що відповідають потребам та очікуванням аудиторії.

2. Інструменти та програми для аналізу медійних даних та інтерпретації інформації.

Аналіз медійних даних та інтерпретація інформації у сфері філософії медійних практик підтримуються різноманітними інструментами та програмами, що дозволяють дослідникам отримати глибокі та точні результати. Одним з найпопулярніших інструментів для кількісного аналізу даних є SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), який широко використовується для проведення статистичних та кореляційних аналізів. Цей програмний пакет дозволяє обробляти великі обсяги даних, створювати детальні звіти

та візуалізувати результати. Альтернативою є R, потужне середовище для статистичних обчислень і графіки, що забезпечує широкий спектр функцій для аналізу даних.

У сфері текстового аналізу програмування на Python з використанням бібліотек NLTK (Natural Language Toolkit) та spaCy є надзвичайно корисним. NLTK забезпечує інструменти для роботи з текстовими даними, включаючи токенізацію, розпізнавання іменованих сутностей, аналіз синтаксису та семантики. SpaCy, в свою чергу, є швидкою та ефективною бібліотекою для обробки природної мови, яка підходить для великих обсягів даних і складних завдань з аналізу текстів.

Для аналізу медійного вмісту і відео широко використовуються такі програми, як Adobe Premiere Pro та Final Cut Pro. Adobe Premiere Pro дозволяє не тільки здійснювати професійний відеомонтаж, але й аналізувати відео, додаючи різноманітні ефекти та візуалізуючи важливу інформацію. Final Cut Pro, розроблений для користувачів Mac, також пропонує потужні інструменти для редагування відео та інтеграції з іншими додатками Apple, що робить його ідеальним вибором для комплексних медійних проєктів.

У контексті соціального медіа моніторингу такі інструменти, як Hootsuite, Brandwatch та Sprout Social, є надзвичайно корисними. Hootsuite дозволяє відстежувати обговорення медійних тем у різних соціальних мережах, планувати публікації та аналізувати взаємодію з аудиторією. Brandwatch спеціалізується на глибокому аналізі даних соціальних медіа, забезпечуючи інсайти щодо громадської думки та трендів. Sprout Social пропонує зручний інтерфейс для управління соціальними медіа, аналітики та звітності, що робить його корисним для дослідників, які бажають отримати детальні дані про взаємодію аудиторії з медійними матеріалами.

Візуалізація даних є важливою складовою аналізу медійних даних, і тут на допомогу приходять такі інструменти, як Tableau та Microsoft Power BI. Tableau дозволяє створювати інтерактивні та інформативні візуалізації даних, що допомагає краще зрозуміти складні взаємозв'язки та тенденції. Microsoft Power BI також пропонує потужні можливості для візуалізації та аналітики даних, інтегруючись з іншими продуктами Microsoft та забезпечуючи зручний доступ до даних з різних джерел.

Для аналізу великих даних і роботи з масивами неструктурованої інформації, таких як текстові або соціальні медіа дані, корисними є інструменти на зразок Apache Hadoop та Apache Spark. Hadoop дозволяє зберігати та обробляти великі обсяги даних. Spark, у свою чергу, пропонує швидке та ефективне оброблення даних у реальному часі, що робить його ідеальним для складних аналітичних завдань.

Ще одним важливим інструментом для аналізу даних є Google Analytics, який дозволяє дослідникам відстежувати та аналізувати поведінку користувачів на веб-сайтах. Цей інструмент забезпечує детальні звіти про відвідуваність, джерела трафіку, взаємодію з контентом та інші важливі метрики, що дозволяє отримати повне уявлення про ефективність медійних проєктів.

Використання цих інструментів та програм для аналізу медійних даних та інтерпретації інформації відкриває нові можливості для проведення глибоких та комплексних досліджень у сфері філософії медійних практик. Вони дозволяють дослідникам отримувати точні, надійні та репрезентативні дані, що є основою для розробки ефективних стратегій та прийняття обґрунтованих рішень у медійній індустрії.

3. Критерії вибірки для дослідження у сфері філософії медійних практик.

Критерії вибірки для наукових досліджень у сфері філософії медійних практик є критично важливими для забезпечення достовірності, надійності та валідності отриманих результатів.

1. Репрезентативність є першим і найважливішим критерієм, який забезпечує, що вибірка адекватно відображає різноманітність цільової аудиторії. Це означає, що вибірка повинна охоплювати ключові демографічні, соціальні та культурні характеристики аудиторії або медійного контенту, що досліджується. Для цього необхідно враховувати різні аспекти, такі як вік, стать, рівень освіти, соціально-економічний статус, культурні особливості та інші фактори, які можуть вплинути на сприйняття медійного контенту. Репрезентативність забезпечує те, що результати дослідження можуть бути узагальнені, що дозволяє виявити загальні тенденції та специфічні особливості, які можуть бути суттєвими для розуміння медійних явищ.

2. Розмір вибірки є також важливим критерієм, який визначає кількість учасників або одиниць аналізу в дослідженні. Великі вибірки дозволяють проводити детальні статистичні аналізи і зменшують ймовірність випадкових помилок. Це особливо важливо, коли потрібно виявити статистично значущі результати або провести детальний аналіз підгруп у вибірці. Однак надмірний розмір вибірки може призвести до перевитрат ресурсів і часу, а також до складності обробки та інтерпретації даних. Тому важливо знайти оптимальний баланс між достатнім розміром вибірки та ресурсами, доступними для дослідження. Наприклад, для загальних досліджень в соціальних науках часто рекомендується мати вибірку не менше ніж 100-200 учасників для базового статистичного аналізу. Для досліджень, що вимагають високої точності, таких як великі опитування або аналізи з детальною сегментацією, може бути необхідно кілька тисяч учасників.

3. Випадковий вибір є критерієм, який допомагає забезпечити об'єктивність і надійність результатів. Метод випадкового вибору, за якого кожен елемент має рівну ймовірність потрапити у вибірку, допомагає уникнути систематичних упереджень. Це важливо для забезпечення, що результати не будуть спотворені особистими уподобаннями або попередніми припущеннями дослідника. Випадковий вибір також дозволяє забезпечити, що вибірка буде репрезентативною і що результати можуть бути узагальнені.

4. Стратегічний вибір передбачає адаптацію вибірки відповідно до конкретних цілей і завдань дослідження. Це може включати спеціальний відбір учасників або медійних практик, які відповідають визначеним критеріям або дослідницьким питанням. Наприклад, якщо дослідження зосереджене на впливі медійних практик на певну соціальну групу, вибірка повинна включати представників цієї групи. Стратегічний вибір дозволяє сконцентрувати зусилля на найбільш релевантних аспектах і забезпечити те, що результати будуть максимально корисними для вирішення поставлених дослідницьких завдань.

Таким чином, дотримання цих критеріїв сприяє досягненню високої якості щодо керування науковими дослідженнями у сфері філософії медійних практик. Правильний вибір і обробка вибірки дозволяють отримати обґрунтовані та точні дані, які є основою для

управлінської роботи, формування нових теорій, висновків і рекомендацій. Це забезпечує наукову валідність результатів і сприяє розвитку знань про медійні явища.

4. Інтерпретація даних та формування результатів дослідження у філософії медійних практик.

Інтерпретація даних та формування результатів дослідження у філософії медійних практик є складним і багатограним процесом, який вимагає не лише технічної точності, але й глибокого теоретичного осмислення. Першим етапом цього процесу є систематизація отриманих даних. Це включає в себе відокремлення основних закономірностей і тенденцій, що випливають з результатів дослідження. На цьому етапі дослідники використовують різноманітні статистичні методи та інструменти для визначення ключових патернів та аномалій.

Далі, важливо встановити зв'язки між різними змінними та факторами, які впливають на досліджувані явища. Це може включати аналіз причинно-наслідкових зв'язків, взаємозалежностей і контекстуальних факторів, що впливають на результати. Встановлення таких зв'язків допомагає зрозуміти, як різні аспекти медійних практик взаємодіють між собою і як ці взаємодії формують загальну картину досліджуваного феномена.

Після цього проводиться тлумачення результатів у контексті теоретичних підходів і концепцій філософії медійних практик. Це передбачає застосування філософських теорій та концептуальних рамок для пояснення отриманих результатів. Наприклад, результати можуть бути проаналізовані через призму культурного контексту, соціальних норм або етичних питань, що допомагає розкрити глибший зміст і значення медійних практик.

Нарешті, на основі проведеного аналізу і тлумачення формулюються висновки та рекомендації. Висновки повинні чітко і ясно відображати основні результати дослідження та їхній вплив на теоретичне розуміння медійних практик. Рекомендації можуть стосуватися як подальших досліджень, так і практичних аспектів, таких як розробка нових медійних стратегій або вдосконалення існуючих практик.

Цей процес є ключовим для подальших обговорень і застосування результатів у практиці. Інтерпретація даних та формування результатів дозволяє не лише підтвердити або спростувати гіпотези, але й розширити розуміння сутності медійних явищ, їхнього впливу на суспільство та культуру, а також їх філософського виміру. Таким чином, ця частина дослідження забезпечує зв'язок між емпіричними даними і теоретичними концепціями.

5. Збір, аналіз та інтерпретація даних у керуванні медійними дослідженнями: виклики, обмеження та їх подолання.

Збір, аналіз та інтерпретація даних у керуванні медійними дослідженнями представляють собою складний процес, який може бути ускладнений рядом викликів і обмежень. Важливим аспектом є вибір відповідних методів збору даних, які повинні відповідати специфіці дослідницьких завдань. Неправильно обраний метод може призвести до збору нерелевантної інформації або упущення важливих аспектів дослідження. Зокрема, для якісного збору даних потрібно ретельно визначити цільову аудиторію, використовувати адекватні інструменти для збору інформації і забезпечити достовірність отриманих даних.

Проблеми можуть виникати й на етапі обробки та аналізу даних. Великі обсяги інформації вимагають значних обчислювальних ресурсів і потужного програмного забезпечення. Для цього дослідники часто використовують спеціалізовані програми та алгоритми, які можуть обробляти великі масиви даних, але їхнє застосування потребує відповідних технічних знань і навичок. Окрім цього, такі дані можуть містити і недостовірну інформацію, що потребує додаткової обробки перед проведенням аналізу.

Інтерпретація даних є ще однією критично важливою фазою, яка може бути піддана суб'єктивним впливам. Дослідники можуть неусвідомлено вносити власні упередження або особисті погляди в процес інтерпретації, що може вплинути на об'єктивність результатів. Для забезпечення високої якості інтерпретації важливо застосувати прозорі і чіткі методологічні підходи, а також залучати незалежних експертів для перевірки отриманих висновків.

Для подолання цих викликів дослідники повинні регулярно вдосконалювати свої методологічні підходи, включаючи викори-

стання нових технологій і програмного забезпечення, які дозволяють більш ефективно керувати науковими проєктами в цілому, та обробляти і аналізувати дані зокрема. Оновлення інструментів для збору та аналізу даних, таких як новітні програми для статистичного аналізу або платформи для обробки даних, може значно поліпшити якість дослідження.

Крім того, важливо враховувати етичні аспекти досліджень, такі як конфіденційність даних і права учасників дослідження. Встановлення чітких етичних норм і стандартів для збору, обробки та зберігання даних є необхідним для забезпечення довіри до результатів і уникнення етичних порушень.

Таким чином, ефективне подолання викликів у зборі, аналізі та інтерпретації даних вимагає комплексного підходу, який включає як вдосконалення методології, так і використання сучасних технологій та увагу до етичних аспектів. Це дозволяє забезпечити високу якість у керуванні науковими проєктами у сфері медійних практик та їх практичне застосування.

Питання до практичного заняття:

1. Методи збору даних для досліджень у сфері медійних практик.
2. Інструменти та програми для аналізу медійних даних та інтерпретації інформації.
3. Критерії вибірки для дослідження у сфері філософії медійних практик.
4. Інтерпретація даних та формування результатів дослідження у філософії медійних практик.
5. Збір, аналіз та інтерпретація даних у керуванні медійними науковими проєктами: виклики, обмеження та їх подолання.

Практичні завдання для самостійної роботи:

1. Оберіть тему для дослідження. Опишіть вибраний метод збору даних, наприклад, анкетування, інтерв'ю або контент-аналіз. Обґрунтуйте, чому цей метод є найкращим для вашого дослідження. Виберіть інструменти та програми для аналізу медійних даних, такі як SPSS, R, Python або інші. Опишіть, як ці інструменти допоможуть у вашому дослідженні. Визначте критерії вибірки для вашого дослідження. Які фактори будуть враховані при формуванні

вибірки, і чому ці критерії важливі? Опишіть, як ви будете інтерпретувати зібрані дані, які теоретичні підходи будете використовувати і як ці результати можуть вплинути на розуміння філософії медійних практик. Зробіть звіт.

2. Розробіть опитувальник, який включатиме різноманітні типи питань (закриті, відкриті, шкали оцінювання) для дослідження сприйняття медійного контенту. Питання повинні бути спрямовані на виявлення відношення респондентів до медійних практик, їхніх цінностей і поглядів. Проведіть пілотне тестування опитувальника на невеликій групі респондентів. Зібрані дані повинні допомогти виявити недоліки або неоднозначності в питаннях та форматі опитувальника. Проаналізуйте результати пілотного тестування, виявивши основні проблеми в опитувальнику, такі як незрозумілі питання або проблеми з інтерпретацією відповідей. Внесіть необхідні коригування в опитувальник на основі результатів пілотного тестування. Опишіть, які зміни були внесені та чому. Напишіть звіт, який детально опише процес розробки опитувальника, результати пілотного тестування, внесені коригування та рекомендації для його подальшого використання у науковому дослідженні.

Теми презентацій та повідомлень для індивідуальних завдань:

1. Аналіз та інтерпретація обраного медійного джерела (на вибір: статті, відео, аудіо) щодо його впливу на суспільство.
2. Медійна кампанія (рекламний проєкт): фактори ефективності та впливу на аудиторію.
3. Управлінська робота щодо створення плану дослідження, збору, аналізу даних та способів їх інтерпретації.

Рекомендовані джерела:

1. Голованова Н.В. Медіапростір як важливий чинник побудови інформаційного суспільства. Актуальні проблеми державного управління. 2017. № 1 (51). С. 27-34.
2. Демартино А.П. Поняття і класифікація новітніх інформаційно-комунікативних технологій // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Вип. 24. – 2018. – С. 94-99.
3. Довгаль С., Бутурліна О., Тухтарова Т. Філософські проблеми трансформації медіапростору під впливом цифрових технологій // Грані. Т. 23. – № 1-2. – 2020. – С. 40-48.

4. Довідник з академічної доброчесності / уклад. :В. Г. Гур'янова, Л. Т. Онисимова, Н. В. Поберій ; за заг. ред. Т. О. Маринич. Суми :Сумський державний університет, 2018. – 24 с.
5. До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності :аналітична записка Міністерства освіти і науки України від 20.05.2020 № 1/ 9 263. Київ, 2020. – 8 с.
6. Інноваційні технології в сучасному освітньому просторі: колективна монографія / За заг. редакцією Г.Л. Єфремової. – Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2020. – 444 с.
7. Кодекс академічної доброчесності Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти. Київ, 2019. – 6 с.
8. Мельничук О. С. Пошук наукової інформації та презентація результатів наукових досліджень :метод. реком. для здобувачів вищої освіти третього освіт.-наук. рівня / О. С. Мельничук, Н. І. Логінова; Нац. ун-т «Одеська юрид. Академія». – Одеса :Фенікс, 2022. – 24 с.
9. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьової. Запоріжжя :ЗНУ, 2017. 156 с.
10. Методологія та організація наукових досліджень: навчальний посібник / укладачі: Н.В. Рашкевич, Ю.А. Отрош. Харків, 2022. 291 с.
11. Організація науково-інноваційної діяльності: конспект лекцій :навч. посіб. :Київ :КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 186 с.
12. Терещиць С. Медіаграмотність в епоху штучного інтелекту: інтеграція інструментів і методів штучного інтелекту в сучасні педагогічні підходи // Педагогіка. Актуальні питання гуманітарних наук. – Вип. 60. – Т. 4. – 2023. – С. 195-202.

Тема 8

ІНФОРМАЦІЙНО-ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ СУПРОВІД ТА КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ ПРОЄКТІВ

Лекційні питання:

Мета вивчення полягає в освоєнні навичок ефективного представлення наукових результатів як у форматі доповідей на конференціях, так і в наукових статтях; вивченні етапів підготовки доповіді, формування логічної структури та аргументації, а також правильного використання ілюстрацій і графіків для підкріплення результатів, з урахуванням специфіки наукової мови та вимог аудиторії, щоб забезпечити чітке і зрозуміле донесення наукових ідей.

1. Етапи підготовки та структурування доповіді на конференції.
2. Презентація результатів дослідження перед аудиторією онлайн та офлайн.
3. Логічна послідовність аргументів та інформації в науковій статті.
4. Особливості мови в презентаціях та публікаціях для наукової аудиторії.

Зміст лекції

1. Етапи підготовки та структурування доповіді на конференції.

Підготовка та структурування доповіді на конференції є важливими етапами, які суттєво впливають на сприйняття вашого наукового дослідження. Цей процес включає кілька ключових етапів, які забезпечують ясність і ефективність вашого представлення.

1. Формулювання заголовка. На початку важливо створити заголовок, який чітко відображає сутність вашого дослідження. Заголовок має бути лаконічним, але інформативним, з точним описом тематики та основної гіпотези або проблеми, яку ви розглядаєте.

Він повинен бути достатньо захоплюючим, щоб зацікавити слухачів, але також і конкретним, щоб не викликати непорозумінь.

2. Підготовка вступу. Вступ слугує як основа для розуміння вашої доповіді. Тут ви повинні чітко окреслити проблему або питання, яке ваше дослідження має на меті вирішити. Важливо також надати короткий огляд теоретичних основ, що підтримують ваше дослідження, і пояснити, чому ваше дослідження актуальне. Слід зазначити, які наукові прогалини ви намагаєтеся заповнити і яку практичну або теоретичну користь ваше дослідження може принести.

3. Структурування основної частини. На цьому етапі інформація повинна бути представлена логічно і послідовно. Почніть з огляду літератури, який дозволяє визначити контекст вашого дослідження та продемонструвати його зв'язок з попередніми роботами. Продовжте описом методології дослідження, детально пояснюючи використані методи збору і аналізу даних. Це включає обґрунтування вибору методів і інструментів, а також обмеження, з якими ви стикалися. Потім, на основі зібраних даних, представте результати дослідження. Важливо не лише навести різноманітні дані, але й їх інтерпретацію, вказуючи на значущість кожного з отриманих результатів. Обговорення результатів дозволяє поглянути на них у контексті існуючих теорій і концепцій, виявити нові аспекти, підтвердити або спростувати гіпотези.

4. Формулювання висновків. Висновки повинні бути чітко сформульованими і зрозумілими. Вони мають підкреслити основні результати дослідження, їх значення для наукової спільноти та можливе практичне застосування. Важливо включити рекомендації для подальших досліджень, що можуть допомогти заповнити прогалини, виявлені у вашій роботі. Висновки мають не лише підсумовувати, але й відкривати нові перспективи для розвитку теми.

5. Зворотний зв'язок. Після завершення основної частини доповіді необхідно бути готовим до відповідей на питання та обговорення. Це дає можливість не лише продемонструвати вашу готовність до конструктивної критики, але й зібрати корисні зауваження, які можуть покращити вашу роботу. Зворотний зв'язок також допомагає виявити нові напрямки для подальших досліджень, уточнити деталі та зрозуміти, як ваша доповідь сприймається аудиторією.

Успішна підготовка доповіді вимагає комплексного підходу і уважності до деталей. Це забезпечує не лише ефективне представ-

лення наукових досягнень, але й сприяє конструктивному діалогу з професійною аудиторією, що є важливим для подальшого наукового дослідження.

2. Презентація результатів дослідження перед аудиторією онлайн та офлайн.

Презентація результатів наукового дослідження перед аудиторією є важливим етапом у процесі наукової роботи, який може бути реалізований як онлайн, так і офлайн. Незалежно від формату, ефективна презентація вимагає ретельної підготовки, використання сучасних технологій і методів для залучення аудиторії, а також чіткого і структурованого подання матеріалу.

У випадку онлайн-презентацій важливо використовувати платформи, які дозволяють спільний перегляд матеріалів і забезпечують інтерактивність. Це можуть бути такі інструменти, як Zoom, Microsoft Teams, Google Meet, Webex тощо. Вони надають можливість демонстрації слайдів, діаграм, таблиць, а також дозволяють учасникам задавати питання в режимі реального часу через чат або голосові повідомлення. Важливо забезпечити надійне інтернет-з'єднання та перевірити технічні аспекти перед початком презентації, щоб уникнути технічних збоїв. Також корисно використовувати функції запису, що дозволяють зберегти презентацію для подальшого перегляду.

Офлайн-презентації, які відбуваються на конференціях, семінарах чи в аудиторіях, вимагають особливої підготовки презентатора. Важливо підготувати наочні матеріали, такі як слайди, діаграми, графіки і таблиці, які допомагають аудиторії краще зрозуміти представлений матеріал. Використання мультимедійних проекторів та інтерактивних дошок може значно підвищити ефективність подання інформації. Під час офлайн-презентацій важливо встановити зоровий контакт з аудиторією, використовувати мову жестів і інтонацію для утримання уваги слухачів, а також активно залучати їх до обговорення через запитання та відповіді.

В обох форматах презентацій ключовим є встановлення ефективного зв'язку з аудиторією. Для цього слід уважно слухати питання та коментарі, відповідати на них чітко і зрозуміло, а також бути готовим до обговорення та критики. Важливо демонструвати впевненість у своїй роботі, але також бути відкритим до нових ідей

і точок зору. У випадку онлайн-презентацій можна використовувати інтерактивні опитування та опції голосування, щоб зробити обговорення більш динамічним і залучити більшу кількість учасників.

Незалежно від формату, презентація повинна бути чітко структурована. Вступна частина має включати короткий огляд теми дослідження, постановку проблеми та основних цілей. Основна частина повинна містити опис методології, представлення результатів та їх аналіз. Заключна частина повинна підсумовувати ключові висновки і надавати рекомендації для подальших досліджень. Використання чітких заголовків і підзаголовків допомагає структурувати інформацію і полегшує її сприйняття аудиторією.

Для ефективного сприйняття інформації аудиторією, важливо подавати матеріал чітко і лаконічно. Слід уникати зайвих деталей, які можуть відволікати від основних результатів і висновків. Використання коротких і зрозумілих фраз, а також візуальних елементів допомагає зосередити увагу аудиторії на ключових аспектах дослідження. Важливо також дотримуватися встановленого часу для презентації, щоб не перенавантажувати слухачів і залишити час для запитань та обговорення.

Для досягнення максимального впливу на аудиторію, слід підготуватися до можливих запитань і коментарів, а також бути готовим до обговорення альтернативних точок зору. Важливо демонструвати глибоке розуміння теми і вміння аргументувати свої висновки. Відповіді на питання мають бути інформативними і науково обґрунтованими, що підвищує рівень довіри до результатів вашого дослідження.

Презентація результатів дослідження, незалежно від її формату, вимагає ретельної підготовки, використання сучасних технологій і методів для залучення аудиторії, а також чіткого і структурованого подання матеріалу. Успішна презентація сприяє кращому розумінню наукових результатів, стимулює обговорення і відкриває нові перспективи для подальших досліджень.

3. Логічна послідовність аргументів та інформації в науковій статті.

Логічна послідовність аргументів та інформації у науковій статті є ключовим фактором для забезпечення її зрозумілості, переконливості та наукової значущості. Стаття повинна мати чітку

структуру, яка включає анотацію, ключові слова, постановку проблеми (вступ), огляд літератури, методологію, виклад результатів (основного матеріалу) дослідження та висновки.

Анотація наукової статті – це короткий огляд її змісту, який повинен містити основні результати та висновки дослідження. Вона повинна бути чіткою, лаконічною і зрозумілою, щоб читач міг швидко зрозуміти, про що йде мова у статті та чи є вона для нього релевантною. Анотація також повинна містити ключові терміни та концепції, що допомагає в індексації та пошуку статті в наукових базах даних.

Ключові слова – це основні терміни та поняття, що характеризують зміст наукової статті. Вони допомагають читачам і дослідникам швидко знайти статтю за відповідними темами. Ключові слова повинні бути ретельно підібрані та точно відображати основні аспекти дослідження, що сприяє кращому пошуку та розумінню наукової роботи в широкому контексті.

Вступна частина повинна починатися з представлення теми дослідження, постановки проблеми та визначення мети дослідження. Тут важливо окреслити контекст і актуальність теми, пояснити, чому це дослідження є важливим і які наукові питання воно має на меті вирішити. Вступ також повинен містити короткий огляд структури статті, щоб читач знав, чого очікувати в подальших розділах.

Наступний розділ статті – це огляд літератури, де автори аналізують попередні дослідження, що стосуються теми. Огляд літератури має демонструвати, що автор обізнаний щодо попередніх робіт і може критично оцінити їхні результати. Важливо виявити прогалини у знаннях та пояснити, як саме дане дослідження має на меті заповнити ці прогалини. Цей розділ закладає теоретичну основу для дослідження і показує його значущість у контексті існуючих знань.

У розділі методології автори детально описують методи, які використовувалися для збору та аналізу даних. Тут необхідно пояснити вибір методів, описати процедури, інструменти та техніки, які застосовувалися. Чіткий і детальний опис методології дозволяє іншим дослідникам повторити експеримент або використати ці методи у своїх роботах. Важливо також обґрунтувати, чому саме ці методи були обрані і як вони сприяють досягненню об'єктивності та надійності результатів.

У розділі щодо викладу результатів (основного матеріалу) дослідження повинні бути представлені основні знахідки дослідження. Цей розділ має бути чітко структурованим і логічно послідовним. Автор інтерпретує отримані результати, порівнює їх з результатами попередніх досліджень та аналізує їхнє значення. Тут важливо виявити можливі причини отриманих результатів, їхні обмеження та потенційні наслідки для майбутніх досліджень. Також можуть бути запропоновані нові гіпотези або напрямки для подальших досліджень на основі своїх знахідок.

У завершальній частині статті підсумовуються основні результати дослідження і робиться акцент на їхній значущості. Висновки мають бути чіткими і лаконічними, підкреслювати важливі ідеї та відкриття, їхній внесок у наукову спільноту. Тут також можна згадати про можливі практичні застосування результатів або їхній вплив на певну галузь знань. Важливо, щоб висновки відповідали поставленим у вступі цілям і завданням дослідження, завершуючи логічний ланцюжок аргументів.

Чітка логічна структура статті допомагає читачеві легко слідувати за аргументами автора, розуміти представлену інформацію та робити власні висновки. Кожен розділ повинен плавно переходити до наступного, забезпечуючи безперервність і послідовність подання матеріалу. Логічні зв'язки між частинами статті роблять аргументацію більш переконливою і науково обґрунтованою.

Ефективна наукова стаття використовує різноманітні докази для підтвердження своїх тверджень. Це можуть бути емпіричні дані, цитати з авторитетних джерел, статистичний аналіз або порівняння з попередніми дослідженнями. Важливо, щоб всі докази були надійними і відповідали досліджуваній темі, забезпечуючи обґрунтованість і достовірність висновків.

Логічна послідовність аргументів та інформації у науковій статті є фундаментальною для її зрозумілості, переконливості та наукової цінності. Чітка структура, обґрунтовані методи, детально представлені результати та глибокий аналіз – усе це забезпечує високу якість наукової роботи і сприяє її успішному прийняттю у науковій спільноті.

4. Особливості мови в презентаціях та публікаціях для наукової аудиторії.

Мова в наукових презентаціях та публікаціях для наукової аудиторії повинна відповідати певним стандартам та вимогам, щоб забезпечити чітко, точно і ефективно передавання інформації. Основними особливостями мови науковця є точність, об'єктивність, формальність і логічна послідовність. Точність означає використання спеціалізованої термінології, яка є зрозумілою для фахівців у конкретній галузі, щоб уникнути двозначностей і помилкових інтерпретацій.

Об'єктивність мови науковця проявляється у нейтральності і неупередженості викладу. Науковець повинен уникати суб'єктивних оцінок, особистих уподобань або емоційних висловлювань, замінюючи їх конкретними фактами і доказами. Наприклад, замість висловлювання «Цей метод є найкращим», слід використовувати «Дослідження показали, що цей метод є ефективним при таких і таких умовах». Це дозволяє зберігати об'єктивність і довіру до наукової роботи.

Формальність мови науковця включає використання офіційного стилю, дотримання граматичних і синтаксичних правил, а також уникнення розмовних виразів і жаргону. В наукових текстах важливо використовувати повні речення, правильні форми слів і конструкції, які забезпечують зрозумілість і чіткість викладу. Наприклад, замість фрази «Ми дізналися, що...» краще використовувати «Було виявлено, що...».

Логічна послідовність у викладі матеріалу є однією з ключових вимог до мови науковця. Це означає, що кожен аргумент або доказ має бути логічно обґрунтованим і зв'язаним з попереднім матеріалом. Важливо структурувати текст таким чином, щоб читач або слухач міг легко слідувати за думкою автора і зрозуміти основні положення дослідження. Наприклад, розділи наукової статті повинні плавно переходити один в інший, починаючи зі вступу і закінчуючи висновками.

При підготовці наукових презентацій, особливу увагу слід приділяти візуальному оформленню слайдів і наочним матеріалам. Текст на слайдах повинен бути лаконічним, зрозумілим і доповнювати усний виступ. Важливо використовувати діаграми, графіки, таблиці та інші візуальні засоби, які допомагають зрозуміти складні дані і результати досліджень. Наприклад, замість детального тексто-

вого опису результатів, можна представити їх у вигляді графіка, що наочно демонструє зміни у певних параметрах.

У публікаціях для наукової аудиторії також важливо враховувати вимоги до стилю і формату, які визначаються редакціями наукових журналів. Це може включати вимоги до структури статті, стилю цитування, оформлення списку літератури та використання певних шрифтів та інтервалів. Дотримання цих вимог є критично важливим для успішної публікації і поширення результатів досліджень серед наукової спільноти.

Особливу увагу слід приділяти написанню анотацій та ключових слів до наукових статей. Анотація повинна коротко і чітко описувати основні результати та значення дослідження, допомагаючи читачам швидко зрозуміти зміст роботи. Вона повинна бути максимально інформативною і стислою, зазвичай обмеженою кількома реченнями. Ключові слова повинні відображати основну тему статті, сприяючи її пошуку в наукових базах даних і полегшуючи ідентифікацію релевантної літератури для інших дослідників.

Використання активного і пасивного стану у мові наукових текстів також має свої особливості. Активний стан робить речення більш динамічними і зрозумілими, тоді як пасивний стан додає формальності і може бути використаний для підкреслення об'єктивності та безособовості викладу. Наприклад, фраза «Ми провели експеримент» може бути замінена на «Експеримент було проведено», щоб зробити акцент на процесі, а не на діях дослідника.

Мова науковця в презентаціях та публікаціях є важливою для ефективної комунікації з науковою аудиторією. Точність, об'єктивність, формальність і логічна послідовність забезпечують зрозумілість і наукову значущість матеріалів, сприяючи їхньому сприйняттю та подальшому використанню в науковій діяльності. Дотримання цих принципів допомагає дослідникам представити свої результати на високому рівні та досягти визнання в науковій спільноті.

Питання до практичного заняття:

1. Етапи підготовки та структурування доповіді на конференції.
2. Презентація результатів дослідження онлайн та офлайн.
3. Ефективна презентація результатів дослідження.
4. Логічна послідовність аргументів та інформації в науковій статті.
5. Мова в наукових презентаціях і публікаціях.

Практичні завдання для самостійної роботи:

1. Підготувати коротку доповідь на конференцію, яка включатиме основні етапи підготовки: вибір теми, розробка структури, підготовка вступу, методології, результатів і висновків. Підготувати 10-15 слайдів з чіткою і логічною структурою. Розробити коротку доповідь, що не перевищує 10 хвилин. Підготуватися до відповіді на питання та обговорення.

2. Перетворити доповідь, підготовлену для конференції, в наукову статтю. Написати статтю обсягом 2000-3000 слів, що включає всі стандартні розділи: вступ, огляд літератури, методологія, виклад основних результатів, висновки, використавши академічну мову та уникнувши емоційних оцінок.

Теми презентацій та повідомлень для індивідуальних завдань:

1. Аналіз і підготовка наукової презентації: порівняння різних методів та стратегій.

2. Структура та стиль наукової статті: ключові аспекти форматування та наукового письма.

3. Використання візуалізації даних у наукових презентаціях: інструменти, техніки та ефективність.

Рекомендовані джерела:

1. Данильян О. Г. Організація та методологія наукових досліджень :навч. посіб. /О.Г.Данильян, О. П. Дзьобань. –Харків :Право, 2017. – 448 с.
2. Демартино А.П. Поняття і класифікація новітніх інформаційно-комунікативних технологій // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Вип. 24. – 2018. – С. 94-99.
3. Інноваційні технології в сучасному освітньому просторі: колективна монографія / За заг. редакцією Г.Л. Єфремової. – Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2020. – 444 с.
4. Коваль А. С. Цінності, стереотипи та маніпуляції у візуальній комунікації / Теорія та історія соціальних комунікацій. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика, том 32 (71), № 4. Ч. 3. 2021. С. 155–161.
5. Мельничук О. С. Інформаційно-комунікаційні технології у сфері філософії медійних практик як навчальна дисципліна // Abstracts of The I International Scientific and Practical Conference “New ways of

- creating scientific ideas for implementation” (September 18-20, 2023, Varna, Bulgaria), 2023. – С. 182-185.
6. Мельничук О. С. Пошук наукової інформації та презентація результатів наукових досліджень :метод. реком. для здобувачів вищої освіти третього освіт.-наук. рівня / О. С. Мельничук, Н. І. Логінова; Нац. ун-т «Одеська юрид. Академія». – Одеса :Фенікс, 2022. – 24 с.
 7. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьової. Запоріжжя :ЗНУ, 2017. 156 с.
 8. Методологія та організація наукових досліджень :навч. посіб. / І. С. Добронравова, О. В. Руденко, Л. І. Сидоренко та ін. ; за ред. І. С. Добронравової / (ч. 1), О. В. Руденко (ч. 2). – К. :ВПЦ «Київський університет», 2018. – 607 с.
 9. Методологія та організація наукових досліджень: навчальний посібник / укладачі: Н.В. Рашкевич, Ю.А. Отрош. Харків, 2022. 291 с.
 10. Сусліков Л. М., Студеняк І. П. Презентація наукових результатів: навчальний посібник. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2019. 300 с.

Тема 9

ВПРОВАДЖЕННЯ НАУКОВИХ ПРОЄКТІВ У ВІТЧИЗНЯНІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКІ ІНТЕГРАЦІЙНІ МЕДІЙНІ ПРАКТИКИ

Лекційні питання:

Мета вивчення полягає у осягненні того як: наукові відкриття можуть змінювати та вдосконалювати вітчизняну та європейську медійну галузь; наукові інновації та інтеграції можуть вплинути на якість медійних продуктів та їхню адаптацію до потреб сучасності; забезпечити ефективну співпрацю між науковцями та медійними фахівцями різних країн для досягнення балансу між теоретичними досягненнями та їх практичним застосуванням.

1. Наукові відкриття у сфері філософії медійних практик, їх актуальність та інноваційність.
2. Можливості медійної галузі завдяки впровадженню наукових інновацій.
3. Адаптація наукових розробок до потреб медійної сфери.
4. Наукова співпраця між фахівцями різних країн та покращення якості медійних продуктів.
5. Баланс між науковою діяльністю та впровадженням її результатів у філософії медійних практик.

Зміст лекції

1. Наукові відкриття у сфері філософії медійних практик, їх актуальність та інноваційність.

Наукові відкриття у сфері філософії медійних практик відіграють критичну роль у розумінні того, як медійні системи та технології впливають на соціальні структури, культурні ідентичності та індивідуальну поведінку. Ці відкриття забезпечують нові інструменти для аналізу медійного впливу та дозволяють переосмислити традиційні концепції медійних практик, що є важливим для адаптації теоретичних моделей до швидко змінюваного медійного ландшафту.

Актуальність наукових досягнень у філософії медійних практик зумовлена численними факторами, такими як розвиток цифрових

медіа, вплив соціальних мереж, та зростання проблеми дезінформації. Сучасні дослідження вітчизняних та європейських дослідників часто зосереджуються на розумінні того, як ці нові медійні форми впливають на громадське сприйняття реальності та формують нові норми і цінності в суспільстві. Наприклад, аналіз того, як соціальні мережі змінюють політичні дискурси або як цифрові платформи впливають на культуру суспільства, дозволяє виявити нові тенденції та механізми впливу медіа.

Інноваційність цих відкриттів полягає в їх здатності пропонувати нові підходи до вивчення медійних явищ, які виходять за межі традиційних теоретичних рамок. Це може включати розробку нових теорій медійного впливу, вивчення наслідків використання штучного інтелекту у медіа або аналіз культурних змін, викликаних цифровими технологіями. Важливо, що ці дослідження не лише розширюють теоретичні знання, але й мають практичне значення для розробки нових стратегій медійної комунікації та управління інформацією.

Зокрема, наукові досягнення у цій галузі відкривають можливості для розвитку нових медійних практик, які можуть покращити якість медійного контенту і підвищити його соціальну відповідальність. Вони допомагають нам зрозуміти, як краще управляти інформацією в умовах цифрової ери, як боротися з дезінформацією та маніпуляціями, а також як ефективно використовувати медійні ресурси для освітніх та соціальних цілей.

Наукові відкриття у сфері філософії медійних практик є надзвичайно важливими для глибокого розуміння сучасного медійного середовища та його впливу на суспільство. Вони не тільки дозволяють краще зрозуміти медійні явища, але й сприяють розвитку нових підходів, що допомагають адаптуватися до постійних змін у медійному ландшафті. Ці дослідження відкривають нові горизонти для теоретичного осмислення медійних практик і забезпечують інструменти для покращення якості медійного контенту та його впливу на суспільство.

2. Можливості медійної галузі завдяки впровадженню наукових інновацій.

Впровадження наукових інновацій у медійну галузь відкриває широкі можливості для її суттєвого вдосконалення та розвит-

ку. Одна з основних переваг таких інновацій полягає у покращенні якості та достовірності інформації завдяки застосуванню нових інтеграційних методів збору та аналізу даних. Наприклад, технології машинного навчання та штучного інтелекту дозволяють автоматизувати процеси перевірки фактів, що допомагає зменшити кількість фейкових новин і підвищити надійність медійного контенту. Це також сприяє розробці нових алгоритмів для персоналізації новин, що дозволяє створювати контент, який краще відповідає інтересам та потребам конкретної аудиторії.

Інновації у галузі технологій також сприяють розвитку нових медійних платформ та інтерактивних додатків, які забезпечують більш глибоке занурення в контент і взаємодію з ним. Наприклад, віртуальна та доповнена реальність (VR та AR) відкривають нові можливості для створення інтерактивних медійних можливостей, що дозволяє користувачам не лише споживати, а й активно взаємодіяти з інформацією. Це може включати інтерактивні новинні репортажі, віртуальні тури або освітні програми, що роблять інформацію більш доступною та зрозумілою для широкого кола користувачів.

Впровадження наукових інновацій також позитивно впливає на рекламу та комунікацію. Завдяки вдосконаленню аналітичних інструментів можна точніше сегментувати аудиторію та налаштувати рекламні кампанії відповідно до її інтересів та поведінки. Це не тільки підвищує ефективність реклами, але й сприяє створенню більш релевантних та персоналізованих повідомлень, що збільшує ймовірність їх сприйняття і взаємодії з ними.

Крім того, наукові інновації дозволяють краще розуміти медійні явища та їх вплив на суспільство. Впровадження нових методів дослідження, таких як аналіз обсягу великих даних або соціальний аналіз, допомагає виявити нові тренди і патерни у медійних практиках. Це забезпечує глибше розуміння того, як медійний контент впливає на формування громадської думки, культурні норми та соціальні поведінкові моделі.

Наукові інновації сприяють не лише поліпшенню якості медійних послуг і продуктів, але й розвитку більш критично мислячої та обізнаної аудиторії. Вони відкривають нові горизонти для медійної галузі, надаючи їй можливість адаптуватися до інформаційного середовища, яке швидко змінюється.

3. Адаптація наукових розробок до потреб медійної сфери.

Адаптація наукових розробок до потреб медійної сфери є критичним етапом, що забезпечує ефективне впровадження інновацій у практику. Спочатку необхідно провести детальний аналіз специфічних потреб медійної індустрії, щоб ідентифікувати, які наукові досягнення можуть бути найбільш корисними. Це включає вивчення актуальних проблем медійного сегмента, таких як управління великими обсягами даних, підвищення якості контенту або оптимізація медійних процесів.

Після визначення потенційних напрямків застосування, наступним кроком є технічна адаптація наукових розробок. Це може включати модифікацію алгоритмів, програмного забезпечення або інших засобів для інтеграції з існуючими медійними платформами і системами. Технічна адаптація також охоплює розробку нових інтерфейсів або інструментів, які забезпечують безперервний обмін даними між науковими розробками та медійними процесами.

Не менш важливою є комунікація між науковцями та медійними професіоналами різних країн. Налагодження ефективної співпраці допомагає краще зрозуміти потреби та очікування медійної сфери, а також виявити можливі проблеми і перешкоди на ранніх етапах адаптації. Організація спільних семінарів, воркшопів або зустрічей сприяє обміну знаннями та ідеями, що допомагає краще інтегрувати наукові інновації в медійну практику.

Останнім етапом є тестування і вдосконалення адаптованих розробок у реальних умовах медійного середовища. Це включає в себе проведення пілотних проектів або експериментів, щоб перевірити ефективність і практичність впроваджених інновацій. Збір відгуків від кінцевих користувачів і аналіз результатів тестування дозволяють внести необхідні корективи, що забезпечить максимальну продуктивність і відповідність нових рішень реальним умовам роботи медійної сфери.

Процес адаптації наукових розробок до медійної сфери включає всебічний аналіз потреб, технічну модифікацію, ефективну комунікацію та ретельне тестування. Це забезпечує не лише успішне впровадження інновацій, але й їх інтеграцію в медійні практики, що дозволяє отримати максимальну користь від нових технологій і рішень.

4. Наукова співпраця між фахівцями різних країн та покращення якості медійних продуктів.

Наукова співпраця в медійній галузі є критично важливою для підвищення якості медійних продуктів, адже вона об'єднує різноманітні експертні знання та інноваційні підходи для досягнення більшої точності і об'єктивності в медійному контенті. Така міжнародна співпраця забезпечує глибший аналіз та підтвердження інформації, що публікується, завдяки включенню наукових досліджень, статистичних даних та аналітичних методів. Науковці можуть надавати свої експертні оцінки для перевірки фактів, виявлення неточностей і усунення помилок, що забезпечує високу надійність медійного контенту.

Окрім перевірки фактів, наукова співпраця сприяє розробці нових методів і технологій, які можуть вдосконалити журналістську практику. Це включає в себе створення нових аналітичних інструментів, вдосконалення алгоритмів обробки даних і розробку нових підходів до виявлення і розподілу медійної інформації. Наприклад, інтеграція наукових методів у процеси збору та аналізу даних може допомогти медійним компаніям краще розуміти свою аудиторію та точніше передавати інформацію.

Також важливою є роль міжнародної наукової співпраці в підвищенні етичних стандартів медійної галузі. Наукові рекомендації можуть впливати на формування етичних кодексів і стандартів для журналістики, що забезпечує дотримання принципів чесності, точності та об'єктивності в медійних матеріалах. Спільні ініціативи, як то спільні дослідження або проекти, можуть сприяти розвитку нових етичних норм, які будуть відповідати сучасним вимогам медійного середовища та доброчесності.

Наукова співпраця між фахівцями різних країн забезпечує комплексний підхід до вдосконалення якості медійних продуктів. Вона не лише підвищує точність і надійність публікацій, але й сприяє розвитку нових технологій і методів, які можуть позитивно вплинути на журналістську практику та медійний ландшафт загалом. Таке об'єднання зусиль різних фахівців є ключовим для забезпечення високих стандартів у медійному секторі і для підтримки високоякісного інформаційного контенту для суспільства.

5. Баланс між науковою діяльністю та впровадженням її результатів у філософії медійних практик.

Балансування між науковою діяльністю та впровадженням її результатів у філософії медійних практик є складним і багатограним завданням, що вимагає стратегічного підходу та гнучкості. Наукові дослідження у сфері філософії медійних практик повинні не лише розширювати академічні горизонти, але й бути практично корисними для медійної індустрії. Для досягнення цього необхідно забезпечити, щоб результати досліджень були адаптовані до реальних потреб медійних організацій і могли бути впроваджені у їхню діяльність.

Активна співпраця між науковцями та медійними професіоналами є ключем до успішного впровадження наукових результатів. Вчені повинні працювати над створенням практичних рекомендацій і рішень, які можна інтегрувати в медійні стратегії та практики. Це може включати участь у спільних проєктах, організацію семінарів та тренінгів для медійних спеціалістів, а також консультування з питань впровадження інновацій у медійний процес. Така взаємодія забезпечує, що наукові досягнення стають доступними та зрозумілими для практиків, а також відповідають актуальним потребам і викликам медійного середовища.

Водночас, важливо, щоб науковці зберігали високі стандарти академічної роботи, продовжували здійснювати глибокі дослідження та вивчати нові теоретичні підходи. Це забезпечує безперервний розвиток наукової думки і створення нових знань, які можуть служити основою для подальших інновацій у медійних практиках. Науковці повинні підтримувати відкритий діалог з медійними фахівцями, що допоможе їм краще розуміти потреби практичної сфери та адаптувати свої дослідження відповідно до реальних умов.

Баланс між академічною діяльністю та практичним впровадженням результатів також вимагає, щоб обидві сторони були готові до компромісів та адаптацій. Наукові дослідження можуть бути складними і довготривалими, тоді як медійна індустрія часто потребує швидких рішень. Тому важливо розвивати моделі співпраці, які дозволяють ефективно поєднувати теоретичні розробки з практичними потребами, забезпечуючи обопільну вигоду і підтримуючи інноваційний розвиток обох сфер.

Забезпечення такого балансу допомагає не тільки збагачувати теоретичні основи філософії медійних практик, але й підвищувати якість медійного контенту і послуг, що сприяє загальному розвитку медійної галузі у суспільстві в цілому.

Питання до практичного заняття:

1. Актуальність та інноваційність наукових відкриттів у філософії медійних практик.
2. Наукові інновації та трансформація медійної галузі.
3. Адаптація наукових розробок до потреб медійної сфери.
4. Наукова співпраця фахівців різних країн та покращення якості медійних продуктів.
5. Баланс між науковою діяльністю та впровадженням її результатів у філософії медійних практик.

Практичні завдання для самостійної роботи:

1. Ознайомитися з кількома науковими відкриттями чи інноваціями (можна використати наукові статті, новини або огляди). Вибрати одне відкриття або інновацію, яка здається найбільш перспективною для медійної сфери. Написати короткий опис, як це відкриття або інновація може бути застосоване у медійній практиці.
2. Вибрати один традиційний метод медійної практики (наприклад, традиційний підхід до збору новин). Потім вибрати один інноваційний метод, заснований на наукових розробках (наприклад, використання штучного інтелекту для аналізу новин). Порівняти ці два методи за кількома критеріями: ефективність, точність, швидкість, можливі витрати тощо. Написати короткий звіт, в якому зазначити основні переваги і недоліки кожного методу.

Теми презентацій та повідомлень для індивідуальних завдань:

1. Актуальність дослідження у сфері філософії медійних практик: аналіз, оцінка, можливості та виклики.
2. Стратегія впровадження міжнародних наукових відкриттів у сфері філософії медійних практик.
3. Відкриття власного дослідницького проєкту у сфері філософії медійних практик: план, наукові підходи та методи.

Рекомендовані джерела:

1. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору / З. В. Григорова // Технологія і техніка друкарства :збірник наукових праць. – 2017. – Вип. 3(57). – С. 93–100.
2. Данильян О. Г. Організація та методологія наукових досліджень :навч. Посіб. / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань. – Харків :Право, 2017. 448 с.
3. Інноваційні технології в сучасному освітньому просторі: колективна монографія / За заг. редакцією Г.Л. Єфремової. – Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2020. – 444 с.
4. Організація науково-інноваційної діяльності: конспект лекцій :навч. посіб. :Київ :КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 186 с.
5. Продиус О.І., Донецькова В.А. Інструменти digital-маркетингу у комплексному просуванні // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – № 1 (19). – 2022. – С. 56-63.
6. Сусліков Л.М., Студеняк І.П. Управління науковими проектами: навчальний посібник. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2019. – 432 с.
7. Кодекс академічної доброчесності Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти. Київ, 2019. – 6 с.
8. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23.12.1993 № 3792-ХІІ.
9. Про державну реєстрацію авторського права і договорів, які стосуються права автора на твір :постанова Кабінету Міністрів України від 27.12.2001 № 1756.

ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ІСПИТУ

1. Сучасні медійні практики, які потребують наукових досліджень.
2. Аспекти медійних практик, що потребують аналізу.
3. Переваги відкриття наукових проєктів у сфері філософії медійних практик.
4. Нові теоретичні підходи у наукових проєктах.
5. Вплив наукових проєктів на розвиток нових концепцій у медійних дослідженнях.
6. Постановка завдань щодо наукових досліджень у сфері медійних практик.
7. Постановка актуальних питань у наукових дослідженнях щодо філософії медійних практик.
8. Застосування результатів наукових досліджень у сфері медійних практик на практиці.
9. Вплив результатів досліджень на розвиток медійної сфери.
10. Формування дослідницької команди для наукового проєкту.
11. Критерії формування дослідницької команди.
12. Основні етапи управління науковим проєктом.
13. Ефективна стратегія управління науковим проєктом.
14. Специфіка формування дослідницької команди для проєкту у сфері медійних практик.
15. Фактори, що впливають на формування дослідницької команди.
16. Роль керівника у наукових проєктах.
17. Основні обов'язки керівника в управлінні науковими проєктами.
18. Забезпечення ефективної співпраці в дослідницькій команді.
19. Стратегії для покращення комунікації в команді.
20. Етапи, важливі для організації дослідницької команди.
21. Розподіл ролей у дослідницькій команді.

22. Стратегії керування для підтримки продуктивності команди.
23. Мотивація команди під час наукового проєкту.
24. Вибір теми дослідження для наукового проєкту.
25. Формулювання актуальних дослідницьких завдань.
26. Стратегії прийняття рішень у процесі управління науковим проєктом.
27. Інструменти для планування наукового проєкту.
28. Проблемні питання, що потребують дослідження у філософії медійних практик.
29. Вплив управлінської роботи на наукові результати.
30. Управлінські рішення, які є важливими для успішності проєкту.
31. Фактори, які враховуються при постановці дослідницьких завдань.
32. Визначення актуальності теми дослідження у сфері медійних практик.
33. Методи перевірки актуальності теми.
34. Управлінські інструменти для координації міждисциплінарних проєктів.
35. Вплив координаційної роботи на успішність проєкту.
36. Класичні принципи методології досліджень у сфері філософії медійних практик.
37. Застосування класичних принципів у сучасних дослідженнях.
38. Основні принципи модерну у методології досліджень.
39. Відмінності принципів модерну від класичних.
40. Вплив постмодерністських ідей на методологію досліджень.
41. Постмодерністські принципи у дослідженнях медійних практик.
42. Приклади методології дослідження у сфері філософії медійних практик.
43. Методи контролю виконання завдань у наукових проєктах.
44. Забезпечення ефективного контролю за виконанням наукового проєкту.

45. Інноваційні підходи у наукових проєктах з філософії медійних практик.
46. Вплив інтеграційних підходів на результати досліджень.
47. Переваги інноваційних підходів у дослідженнях медійних практик.
48. Види інноваційних підходів у сфері медійних досліджень.
49. Мотивація команди під час роботи над науковим проєктом.
50. Стратегії ефективного управління командами у наукових проєктах.
51. Баланс між науковою діяльністю та впровадженням її результатів.
52. Моделі управління науковими проєктами.
53. Сучасні підходи до управління науковими проєктами.
54. Стратегії масштабування наукових досліджень на міжнародному рівні.
55. Розширення наукового дослідження на міжнародному рівні.
56. Забезпечення логічної послідовності аргументів у науковій статті.
57. Основні помилки при написанні наукових статей.
58. Використання ілюстрацій, таблиць та графіків у дослідженнях.
59. Стратегії підготовки команди для міжнародного співробітництва.
60. Підготовка команди для міжнародного наукового проєкту.
61. Можливості та виклики впровадження наукових відкриттів у медійні практики.
62. Вибір методів для обробки інформації у медійних дослідженнях.
63. Переваги використання якісних методів у медійних дослідженнях.
64. Адаптація наукових розробок до потреб медійної сфери.
65. Обмеження інноваційних підходів у медійних дослідженнях.
66. Поєднання класичних та інноваційних підходів у дослідженнях медійних явищ.

67. Приклади поєднання класичних та інноваційних підходів у медійних дослідженнях.
68. Використання антропологічного підходу в медійних дослідженнях.
69. Особливості антропологічного підходу у взаємодії людини та медіа.
70. Вплив аксіологічного підходу на формування медійних проєктів.
71. Оцінка ризиків в управлінні науковими проєктами.
72. Основні види ризиків у наукових проєктах.
73. Цивілізаційний підхід у наукових проєктах щодо медійних практик.
74. Вплив цивілізаційного підходу на зміну медійних концепцій.
75. Критерії оцінки успішності управління науковими проєктами.
76. Оцінка якості управління науковим проєктом.
77. Перспективи використання антропологічного підходу у філософських медійних дослідженнях.
78. Застосування аксіологічного підходів у медійних дослідженнях.
79. Оцінка ефективності комунікації в управлінні науковою командою.
80. Методи збору даних, що використовуються у медійних дослідженнях.
81. Інструменти аналізу даних, важливих для медійних досліджень.
82. Програми, що використовуються для інтерпретації медійних даних.
83. Ефективні методи інтерпретації даних для наукових проєктів з філософії медійних практик.
84. Планування ресурсів у наукових проєктах.
85. Ефективні стратегії планування наукових проєктів.
86. Підготовка доповіді для наукової конференції.
87. Структура наукової доповіді.
88. Підготовка презентації дослідження щодо філософії медійних практик.

89. Особливості презентації результатів дослідження перед аудиторією офлайн та онлайн.
90. План наукового проєкту.
91. Роль зворотного зв'язку в управлінні науковим проєктом.
92. Організація системи зворотного зв'язку в команді.
93. Основні індикатори успішного управління науковим проєктом.
94. Ефективність зворотного зв'язку в наукових дослідженнях.
95. Переваги міждисциплінарних підходів у медійних дослідженнях.
96. Етапи планування міждисциплінарного дослідження.
97. Основні етапи публікації наукової статті.
98. Підготовка наукової статті до публікації.
99. Стратегія вибору наукового журналу для публікації статті.
100. Форматування та структура наукової статті для різних видань.

РЕКОМЕНДОВАНИЙ ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ

Основні джерела

1. Важинський С. Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень :Навч. Посіб. / С. Е. Важинський, Т. І. Щербак. – Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. – 260 с.
2. Данильян О. Г. Методологія наукових досліджень :підручник / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань. – Харків :Право, 2019. – 368 с.
3. Данильян О. Г. Організація та методологія наукових досліджень :навч. Посіб. / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань. – Харків :Право, 2017. – 448 с.
4. Мельничук О. Інформаційно-комунікаційні технології в професійній діяльності :метод. реком. з навч. дисципліни для здобувачів вищої освіти магістерського рівня за профілем освітньої програми «Філософія медійних практик» / О. Мельничук ; Нац. ун-т «Одес. юрид. академія». – Одеса :Фенікс, 2023.– 60 с.
5. Мельничук О. С. Пошук наукової інформації та презентація результатів наукових досліджень :метод. реком. для здобувачів вищої освіти третього освіт.-наук. рівня / О. С. Мельничук, Н. І. Логінова; Нац. ун-т «Одеська юрид. Академія». – Одеса :Фенікс, 2022. – 24 с.
6. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьової. Запоріжжя :ЗНУ, 2017. 156 с.
7. Методологія та організація наукових досліджень :навчально – методичний посібник / К. В. Бориченко, А. О. Гудзь, О. Є. Панфілов. Одеса: Фенікс, 2022. 46 с. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/handle/11300/22511>
8. Методологія та організація наукових досліджень :навч. посіб. / І. С. Добронравова, О. В. Руденко, Л. І. Сидоренко та ін. ; за ред. І. С. Добронравової / (ч. 1), О. В. Руденко (ч. 2). – К. :ВПЦ «Київський університет», 2018. – 607 с.
9. Методологія та організація наукових досліджень: навчальний посібник / укладачі: Н.В. Рашкевич, Ю.А. Отрош. Харків, 2022. 291 с.
10. Організація науково-інноваційної діяльності: конспект лекцій :навч. посіб. :Київ :КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 186 с.

11. Самсонов В.В., Сільвестров А.М., Тачиніна О.М. Методологія наукових досліджень та приклади її використання: навч. посібник. К.:НУХТ, 2022. – 385 с.
12. Сусліков Л.М., Студеняк І.П. Управління науковими проектами: навчальний посібник. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2019. – 432 с.
13. Тогочинський О. М., Дрижак В. В. Практикум з курсу: «Основи наукових досліджень»: навч.-метод. посіб. Чернівці: Академія ДптС, 2019. 181 с.
14. Швець Ф. Д. Методологія та організація наукових досліджень. Навчальний посібник. – Рівне: НУВГП, 2016. – 151 с.

Допоміжні джерела

Нормативно-правові акти

1. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23.12.1993 № 3792-ХІІ.
2. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
3. Про державну реєстрацію авторського права і договорів, які стосуються права автора на твір: постанова Кабінету Міністрів України від 27.12.2001 № 1756.
4. Про затвердження Вимог до оформлення дисертації: наказ Міністерства науки і освіти України від 12.01.2017 № 40.
5. Про запобігання корупції: Закон України від 14.10.2014 № 1700-VII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1700-18>.
6. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
7. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України від 26.11.2015 № 848-VIII. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/848-19>.

Додаткові джерела

1. Академічна чесність як основа сталого розвитку університету / Міжнарод. благод. фонд «Міжнарод. фонд. дослідж. освіт. Політики»; за заг. ред. Т. В. Фінікова, А. Є. Артюхова. Київ: Таксон, 2016. 234 с.
2. Галян О. В. Методологія та організація наукових досліджень: навч.-метод. видання. / Луцьк: Вежа-Друк, 2021. 26 с.

3. Голованова Н. В. Медіапростір як важливий чинник побудови інформаційного суспільства. Актуальні проблеми державного управління. 2017. № 1 (51). С. 27–34.
4. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору / З. В. Григорова // Технологія і техніка друкарства: збірник наукових праць. 2017. Вип. 3(57). С. 93–100.
5. Демартино А. П. Поняття і класифікація новітніх інформаційно-комунікативних технологій // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Вип. 24.– 2018. – С. 94–99.
6. Довгаль С., Бутурліна О., Тухтарова Т. Філософські проблеми трансформації медіапростору під впливом цифрових технологій // Грані. Т. 23.– № 1–2.– 2020. – С. 40–48.
7. Довідник з академічної доброчесності / уклад.: В. Г. Гур'янова, Л. Т. Ониксимова, Н. В. Поберій; за заг. ред. Т. О. Маринич. Суми: Сумський державний університет, 2018. 24 с.
8. До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності: аналітична записка Міністерства освіти і науки України від 20.05.2020 № 1/ 9 263. Київ, 2020. 8 с.
9. Дранус Л. С. Методичні рекомендації з дисципліни «Методологія наукових досліджень» / Л. С. Дранус, О. Ю. Стоян. – Миколаїв: Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2021.– 48 с.
10. Інноваційні технології в сучасному освітньому просторі: колективна монографія / За заг. редакцією Г. Л. Єфремової. – Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2020.– 444 с.
11. Кваско А.В., Сухорукова О. А., Григорова З. В. Сучасні методи досліджень в медіаменеджменті // Економіка та суспільство. Вип. 24, 2021. – С. 34–41.
12. Коваль А. С. Цінності, стереотипи та маніпуляції у візуальній комунікації / Теорія та історія соціальних комунікацій. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика, том 32 (71), № 4. Ч. 3. 2021. С. 155–161.
13. Кодекс академічної доброчесності Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти. Київ, 2019. 6 с.
14. Мельничук О. С. Доктрина прав людини та методологія юриспруденції: сучасні виклики. Юридичний науковий електронний журнал. 2024. № 1. С. 41–44. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2024-1/6>.
15. Мельничук О. С. Інформаційно-комунікаційні технології у сфері філософії медійних практик як навчальна дисципліна // Abstracts of The I International Scientific and Practical Conference “New ways of

- creating scientific ideas for implementation” (September 18–20, 2023, Varna, Bulgaria), 2023. – С. 182–185.
16. Мельничук О. С. Класичні та неklasичні принципи методології сучасного права та держави. Держава та регіони. Серія: Право. 2023. № 4 (82). Т. 2. С. 85–90. DOI: <https://doi.org/10.32782/1813-338X-2023.4.2.16>.
 17. Методичні рекомендації до організації навчально-дослідницької діяльності студентів та написання наукових робіт / О. С. Іванашко. – Луцьк, СНУ ім. Лесі Українки, 2017.– 64 с.
 18. Методологія та інноватика загальнотеоретичної юриспруденції: монографія / Ю. М. Оборотов, А. П. Овчиннікова, В. В. Завальнюк та ін.; під ред. Ю. М. Оборотова. – Одеса: Фенікс, 2019.– 420 с.
 19. Міхалко Майкл. 21 спосіб мислити креативно. Х.: КСД, 2019. 400 с.
 20. Продіус О.І., Донецькова В. А. Інструменти digital-маркетингу у комплексному просуванні // Економічний журнал Одеського політехнічного університету.– № 1 (19).– 2022. – С. 56–63.
 21. Савцова О. В. Методологія наукових досліджень: конспект лекцій для студентів 1 курсу денної форми навчання другого (магістерського) рівня. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019.– 104 с.
 22. Селезньова О. М. Термін «медіа-простір»: теоретичний підхід // Науковий вісник Ужгородського Національного Університету, Сер. Право, Вип. 70.– 2022. – С. 359–363.
 23. Сусліков Л. М., Студеняк І. П. Презентація наукових результатів: навчальний посібник. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2019. 300 с.
 24. Хворостина О. В. Методи та методологічні підходи до вивчення явища трансмедіації у медіаіндустрії // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, VI(31), 2018. – С. 50–53.
 25. Methodology of Jurisprudence: interactive manual / O. S. Melnychuk, V. V. Dudchenko, A. I. Bondarenko. – Odesa: Pheniks, 2020. – 78 p.

Ресурси відкритого доступу

1. <http://dspace.onua.edu.ua> – eNUOLAIR Депозитарій (архів) НУ «ОЮА»
2. <https://www.base-search.net> – BASE: Bielefeld Academic Search Engine
3. <https://www.openaire.eu/> – OpenAIRE
4. <https://www.base-search.net/> – Bielefeld Academic Search Engine
5. <http://www.worldcat.org> – WorldCat
6. <https://doaj.org/> – Directory of Open Access Journals
7. <http://journalseeker.researchbib.com/> – ResearchBib

8. <http://elsevierscience/products/scopus/> – Elsevier – Scopus
9. <http://elsevierscience/products/mendeley/> – Elsevier – Mendeley
10. <http://search.crossref.org/> – CrossRef Metadata Search
11. <http://oaji.net/> – Open Academic Journals Index
12. <http://www.journaltoics.ac.uk> – JournalTOCs Discovery Service
13. www.president.gov.ua – Президент України
14. www.niss.gov.ua – Національний інститут стратегічних досліджень
15. <http://www.nbuv.gov.ua/> – Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського

Міжнародні онлайн ресурси

1. <http://www.refseek.com> RefSeek is a web search engine for students and researchers that aims to make academic information easily accessible to everyone.
2. <http://worldcat.org> WorldCat.org is a great resource for locating unique, trustworthy materials that you often can't find anywhere except in a library.
3. <http://link.springer.com> Global scientific portfolio, providing researchers in academia and scientific institutions with quality content through innovative information.
4. <http://pdfdrive.com> Search engine for PDF files.
5. <http://base-search.net> BASE is one of the world's most voluminous search engines especially for academic web resources.
6. <http://www.science.gov> Science.gov is a gateway to U.S. government science information. The portal offers free access to research and development (R&D) results and scientific and technical information from scientific organizations across 13 federal agencies.

Національні онлайн ресурси

1. <http://portal.rada.gov.ua> Офіційний веб-сайт Верховної Ради України
2. <http://www.kmu.gov.ua> Урядовий портал України
3. <http://www.lib.ua-ru.net> Студентська електронна бібліотека
4. <https://www.library.kpi.ua/> Бібліотека Київської політехніки
5. <https://www.coursera.org> Онлайн-курси з різних дисциплін. Coursera співпрацює з університетами багатьох країн світу для створення та представлення їхніх початкових курсів онлайн.
6. <https://prometheus.org.ua> Український громадський проєкт масових відкритих онлайн-курсів.
7. <http://eduhub.in.ua/> Освітній хаб України.

Навчальне видання

**УПРАВЛІНСЬКА РОБОТА
ТА ВПРОВАДЖЕННЯ
НАУКОВИХ ПРОЄКТІВ
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК**

для підготовки здобувачів
другого (магістерського) рівня вищої освіти
галузі знань 03 «Гуманітарні науки»,
спеціальності 033 «Філософія»

Укладачі:

*Ольга Степанівна Мельничук
Ганна Михайлівна Чувакова*

В авторській редакції

Ум-друк. арк. 6,9.
Зам. № 2410-02.

Видавець ПП «Фенікс»
(Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1044 від 17.09.02).
Україна, м. Одеса, 65009, вул. Зоопаркова, 25.
e-mail: fenix-izd@ukr.net