

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« _____ » _____ 2025 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дослідження та аналітика: Медіадослідження

для здобувачів

спеціальності	061 «Журналістика»
рівня вищої освіти	першого (бакалаврського)
освітньої програми	061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Київ-2025

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА	
Код ЄДРПОУ 45307955	
Програма № <u>2346/25</u>	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
<u>Мисник</u> (підпис)	<u> </u> (прізвище, ініціали)
« _____ »	20 <u>25</u> р.

Розробник:

Афанасьєв Ілля Юрійович, кандидат історичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Викладач:

Кочубей Лариса Олександрівна, доктор політичних наук, професор, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю;

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 1 від 26 серпня 2025 року

Завідувач кафедри Новохатько Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

_____ 2025 року

Гарант освітньо-професійної програми Метреба М.М.Метреба

Робочу програму перевірено

_____ 2025 року

Заступник декана Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Дьяченко Р.В.Дьяченко

Пролонговано

на 20___/20___ н.р. _____, "___"___ 20___ р., протокол №___

на 20___/20___ н.р. _____, "___"___ 20___ р., протокол №___

на 20___/20___ н.р. _____, "___"___ 20___ р., протокол №___

на 20___/20___ н.р. _____, "___"___ 20___ р., протокол №___

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Сучасні медіадослідження		
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Курс	3	-
Семестр	6	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, у тому числі:	60	-
Аудиторні	28	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	28	-
Форма підсумкового контролю	залік	-

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни «Дослідження та аналітика: Медіадослідження» є ознайомлення з основними методами й прийомами пошуку, аналізу інформації в медіа та про медіа, для теоретичного опрацювання та практичної оптимізації журналістської, рекламної та PR-діяльності.

Дисципліна спрямована на формування у здобувачів таких *загальних та фахових (професійних) компетентностей* освітньої програми підготовки бакалаврів спеціальності 061 «Журналістика» ОПП «Реклама і зв'язки з громадськістю»:

ЗК 2. Знання та розуміння предметної області та розуміння предметної діяльності.

ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 8. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою.

СК 5. Здатність ефективно просувати створений медійний, рекламний та PR-продукт.

СКУ 7. Здатність виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного інформаційного ринку.

СКУ 8. Здатність володіти емоційним інтелектом в умовах професійної діяльності.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання наступних *програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», першого (бакалаврського) рівня вищої освіти:*

РН 2. Застосовувати знання зі сфери реклами та зв'язків з громадськістю для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

РН 4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

РН 5. Викорисовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

РН 8. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

РН 11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

РН 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

РНУ 19. Проводити якісні та кількісні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю з метою ефективного просування рекламного та PR-продукту.

РНУ 20. Володіти емоціями з метою збереження емоційного балансу і налаштованості на позитивний результат в умовах професійної діяльності.

4. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для денної форми навчання

№ п/п	Назви змістових модулів, тем	Кількість годин					
		Аудиторні					Самостійна робота
		Разом	Лекцій	Практичні	Семінарські	Модульний к-ль	
<u>Модуль І.</u>							
Основи медіадосліджень							
1	Вступ до медіадосліджень	11	2		2		7
2	Основні методи й форми проведення та звітування про медіадослідження	17	4	4	2		7
	Модульна контрольна робота	2				2	
	<i>Разом</i>	30	6	4	4	2	14
<u>Модуль ІІ.</u>							
Сучасна практика медіадосліджень							
3	Сучасний ринок медіадосліджень	13	2	4			7
4	Медіадослідницький проект: мета, завдання, аналіз, презентація	15	2	6			7
	Модульна контрольна робота	2				2	
	<i>Разом</i>	30	4	10		2	14
	<i>Разом</i>	60	10	14	4	4	28

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ І

Основи медіадосліджень

Тема 1. Вступ до медіадосліджень

Сутність, значення, основні цілі, завдання, поняттєвий апарат сучасних медіадосліджень. Основні методи, зв'язок сучасних медіадосліджень із різноманітними напрямками наукової та практичної діяльності. Спеціальності, посади, в яких медіадослідження є провідною чи однією з основних функцій. Складання брифів, планів роботи з медіадослідженнями в професійній діяльності журналістів, рекламистів і піарників.

Тема 2. Основні методи й форми проведення та звітування про медіадослідження

Традиційні та ІТ-методи медіадосліджень у PR і рекламі. Кількісні та якісні методи. Кліппінг друкованих матеріалів, класичний контент-аналіз. Точки

перетину математики з лінгвістикою. Бізнес-аналітика. Жанри, види, форми документів, що містять результати аналізу: дайджест, аналітична записка, реферат, дос'є, каталог, БД, слайдова, відеопрезентація, тощо. Ступені оброблення вторинної інформації. Використання дослідницьких заїтів у промоції медійних та інших продуктів.

МОДУЛЬ II

Сучасна практика медіадосліджень

Тема 3. Сучасний ринок медіадосліджень

Спеціалізовані дослідницькі компанії та підрозділи, пропозиція їхніх послуг на українському та інших ринках. Торгівля базами первинних джерел та результатами їх обробки. Диференціація, варіанти позиціонування продуктів з медіамоніторингу, аналізу інших джерел інформації. Основні провайдери та споживачі медіадосліджень, цінова політика, лідери ринку. *Big data*, революційні зміни в обробці даних, найближчі перспективи медіадосліджень. Зв'язки медіадослідників із державними та бізнес-спецслужбами. Українська специфіка журналістських розслідувань.

Тема 4. Медіадослідницький проєкт: змета, авдання, аналіз, презентація

Підбір методів і виконавців для короткотермінових і довготермінових досліджень. Проведення експрес-аналізу висвітлення запропонованого продукту в медіа. Експрес-аналіз ринку послуг з моніторингу та аналізу медіа й безпосередньо пов'язаних із ними об'єктів. Недоліки й переваги аналітики *in-house* і аутсорсингу послуг з аналізу медіа. Суб'єктивність та об'єктивність. Обман і самообман у процесі аналізу інформації. Методи фактчекінгу. Лідери громадської думки. Отримання консультацій від вузькоспеціалізованих експертів: психологів, політтехнологів, істориків, економістів, маркетологів, лінгвістів тощо. Засоби візуалізації, графічної презентації даних. Види діаграм. Критерії вибору підходів, інструментів, технік: співставлення ресурсів та цілей.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів

Вид діяльності здобувача	максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	3	3	2	2
Відвідування семінарських занять	1	2	2	0	0

Відвідування на практичному занятті	1	2	2	5	5
Робота на семінарському занятті	10	2	20	0	0
Робота на практичному занятті	10	2	20	5	50
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>			82		92
Максимальна кількість балів	174				
Розрахунок коефіцієнта	$174 : 100 = 1,74$. <i>Приклад.</i> Здобувач набрав: 161 бал; залік оцінюється: $161 : 1,74 = 93$ бали, тобто “А” (зараховано)				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Модуль І. Основи медіадосліджень

Самостійна робота № 1

Здобувач обирає одне із запропонованих завдань

1. Складіть таблицю сучасних посад і спеціалізацій (у межах журналістської, рекламної та PR-діяльності), які повністю чи у великій призначені для медіадосліджень.
2. Докладно (6–8 тис. друк. знаків, із пробілами) охарактеризуйте основні можливості, напрями застосування медіадосліджень в українському PR.

Самостійна робота № 2

Здобувач обирає одне із запропонованих завдань

1. Опишіть випадок (реальний або реалістично вигаданий, спрогнозований) застосування контент-аналізу друкованих джерел українськими рекламистами чи PR-фахівцями. Назвіть конкретні ситуації, в яких міг би бути корисним досвід такого випадку.
2. Складіть перелік можливих критеріїв відбору друкованих матеріалів для аналізу, залежно від бізнес-ситуації, конкретної маркетингової мети. Опишіть спочатку ситуацію, потім критерії. Обґрунтуйте вашу думку.

Модуль ІІ.

Сучасна практика медіадосліджень

Самостійна робота № 3

Здобувач обирає одне із запропонованих завдань

1. Порівняйте дві будь-які компанії, що надають послуги з медіамоніторингу. Яка з них є найбільш корисною, придатною для рекламної та/або PR-практики обраної вами компанії-замовника (не компанії з-поміж існуючих

клієнтів медіа-моніторингової компанії)? Для яких завдань вона підходить найбільше?

2. Складіть аналітичну записку на тему: "Українські компанії з відеовиробництва, станом на IV квартал 2025 року". Опис методів і список джерел — обов'язково.

Самостійна робота № 4

Здобувач обирає одне із запропонованих завдань

1. Складіть соціально-психологічний портрет (соціально-психологічну характеристику) будь-якого, реально існуючого, сучасного українського медійника: продюсера, редактора, публіциста, колумніста або ведучого. Аргументовано охарактеризуйте ступінь достовірності його публікацій, поясніть передумови його рівня правдивості. Як та які психологічні особливості відображуються в його медійних повідомленнях, експертних оцінках?
2. Складіть презентацію, включно з інфографікою, на основі вашого експрес-дослідження на одну з тем: "Власники 10 найвпливовіших українських масмедіа" або "Топ-10 найвпливовіших українських публіцистів" 2024–2025 років". Список джерел обов'язковий.

Критерії оцінювання самостійної роботи:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Контрольна модульна робота включає 7–10 завдань. Зокрема, всі модульні контрольні роботи містять декілька тестових завдань першого рівня складності (легких) по 1 балу за кожну правильну відповідь, а також декілька тестових завдань другого рівня складності з оцінкою по 2 бали за кожну правильну відповідь.

При оцінюванні, відповіді аналізуються за такими критеріями:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

Кожна модульна робота оцінюється у 25 балів. Виконання робіт є обов'язковим.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань здобувачів з дисципліни «Дослідження та аналітика: Медіадослідження» здійснюється на основі суми всіх балів, отриманих за всі види роботи впродовж вивчення курсу. Проводиться у формі заліку.

6.5. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість залікових балів
відмінно	100-90
дуже добре	82-89
добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59

7. Навчально-методична карта дисципліни «Дослідження та аналітика: Медіадослідження»

Разом: 60 год.; лекції — 10 год., семінарські заняття — 4 год., практичні заняття — 14 год., модульний контроль — 4 год., самостійна робота — 28 год.; залік

Модуль	Модуль I. Основи медіадосліджень
К-сть балів за модуль	82 бали
Теми лекцій	1. Вступ до медіадосліджень – 1 б. 2. Методи медіадосліджень – 1 б. 3. Основні види й форми документів із результатами медіадосліджень – 1 б.
Теми семінарських занять	1. Основні напрями й методи роботи в медіадослідженнях – 11 б. 2. Жанри, види, форми документів, що містять результати аналізу – 11 б.
Теми практичних занять	1. Складання брифу з проведення медіадослідження – 11 б. 2. Проведення експрес-аналізу висвітлення запропонованого продукту в медіа – 11 б.
Самостійна робота (СР)	СР № 1 – 5 б. СР № 2 – 5 б.

Види ПК	Модульна контрольна робота № 1 (25 балів)
Модуль	Модуль II. Сучасна практика медіадосліджень
К-сть балів за модуль	92 бали
Теми лекцій	4. Сучасний ринок медіадосліджень – 1 б. 5. Презентація результатів медіадослідження – 1 б.
Теми практичних занять	3. Проведення експрес-аналізу висвітлення запропонованого продукту в медіа – 11 б. 4. Визначення лідерів громадської думки з певної теми – 11 б. 5. Визначення впливу психологічних особливостей автора на зміст його тексту – 11 б. 6. Підготовка дайджесту з запропонованої теми – 11 б. 7. Презентація медіадослідницького проекту
Самостійна робота (СР)	СР № 3 – 5 б. СР № 2 – 5 б.
Види ПК	Модульна контрольна робота №2 (25 балів)
Підсумковий контроль	Залік

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні

1. Afanasiev, I., Novokhatko, L., & Sinko, A. Інформаційно-комунікаційна діяльність та аналітика під час російсько-української війни (на прикладі соціальних мереж). *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23, С. 156-163. <https://doi.org/10.15421/29232>
2. Захарова І. В., Філіпова Л. Я. Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 336 с.
3. Кочубей Л., Некряч А. Державна інформаційна політика України в умовах євроінтеграції. *Публічне управління і політика*. 2025. №4(8). С.2-9. <https://doi.org/10.70651/3041-2498/2025.4.06>
4. Кузнєцова Т. Комунікативно-концептуальний підхід як основа аксіологічного дослідження медіатексту. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І.Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2020. Т. 31 (70). 2. Ч. 4. 208-215. (Index Copernicus, Google Scholar).
5. Личук М. Медіадослідження інтернет-видання «Детектор медіа» та маніпуляції в медіапросторі. *Інтегровані комунікації*. 2024. №1 (17). С. 106-114. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1714>

6. Павлов О. І. Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навч. посіб. ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Одес. регіон. ін-т держ. упр, Каф. регіон. політики та публ. адміністрування. Одеса : Астропринт, 2011. 238 с.
7. Ромах О. В. Настільний посібник з методології досліджень соціальних комунікацій. Львів : ПАІС, 2020. 404 с.
8. Сірінюк-Долгарьова К. Г. Якісні і кількісні методи медіадосліджень : навч.-методич. посіб. для здобувачів спеціальності «Журналістика» освітньо-професійних програм «Журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 90 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/27769/1/0063627.pdf> (дата звернення: 15.08.2025)
9. Різун В. В., Скотникова Т. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві. Київ : КНУ, 2005. 104 с.
10. Kochybei Larysa, Radchenko Oksana, Nekryach Anastasia, , Michalski Tomash, Berezhnyi Yurii (2023). Comparative Analysis of Conceptual Models of Power Legitimation in Authoritarian, Democratic and Transitional Societies. *National Security Drivers of Ukraine. Information Technology, Strategic Communication, and Legitimacy* : Monograph. Cham: Springer, 186-201. URL: <https://www.springer.com/series/11829> (Scopus)
11. Kochybei Larysa, Chmyr Yaroslav, Nekryach Anastasia, , Dakal Alla, Strelbytska Lilia (2023). Post Industrial Society and Global Informational Space as Infrastructure Medium and Factor for Actualization of the State Informational Security. *National Security Drivers of Ukraine. Information Technology, Strategic Communication, and Legitimacy* : Monograph. Cham: Springer, 62-77. URL: <https://www.springer.com/series/11829> (Scopus)

Додаткові

1. Афанасьєв І. Ю., Белофастова Т. Ю., Новохатько Л. М., Харамурза Д. В. Удосконалення підготовки медіафахівців як складної системи. *Міждисциплінарні дослідження складних систем*. 2021. № 1 (19). С. 141-155. ISSN 2307-4515, 2415-3761. <https://doi.org/10.31392/iscs.2021.19.141> (Web of Science).
2. Афанасьєв І., Варгіч Н. П'ять років наукової діяльності викладачів кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Університету Грінченка. *Інтегровані комунікації*. 2021. Вип. 2 (12). С. 51–58. URL: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2021.2-12.7> (дата звернення: 15.12.2024)
3. Афанасьєв І. Ю., Устименко Л.М. Підтримка тревел-блогерів провідними українськими інтернет-масмедіа. *Питання культурології*. 2020. № 38, С. 236–247.

4. Варенко М. В. Інформаційно-аналітична діяльність : навч. посіб. Київ : Університет «Україна», 2013. 423 с.
5. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія. Київ : Центр вільної преси, 2003. 200 с.
6. Кочубей Л.О. Особливості інформаційних впливів під час війни з росією. *Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики* : Матеріали міжнар. Науково-практичної конференції; Київ 12-13 травня 2023 р. Київ: Вид. центр КНУКіМ. С.200-205.
7. Кочубей Л.О. Антикризисні дії з формування медіа-репутації органів державної влади в Україні: сучасні особливості. *Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики* : Матеріали міжнар. науково-практичної конференції; Київ, 23 вересня 2022 р. Київ: Вид. центр КНУКіМ. С. 60-64.
8. Кузнецова О. Аналітичні методи в журналістиці. 2-ге вид., допов. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2002. 120 с.
9. Москаленко В. В. Соціальна психологія : підручник. Київ : Центр навч. літ-ри, 2005. 624 с.
10. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2005. 448 с.
11. Павленко В. М., Таглін С. О. Етнопсихологія : підручник. Київ : Либідь, 1999. 428 с.
12. Стадніченко О., Курбан О., Гібридні конфлікти в сучасній геополітиці: на основі російсько-українських відносин 1991-2021 рр. Етнічні, расові та релігійні конфлікти та їх вплив на безпеку держави та суспільства. США. 2022. С. 70-89.
13. Телебачення спецоперацій: Маніпулятивні технології в інформаційно-аналітичних програмах українського телебачення: моніторинг, методи визначення та засоби протидії : рекомендації щодо принципів відкритої редакційної політики телеканалів / В.Ф. Іванов, Н. Л. Лігачева, С. М. Черненко, С. А. Дацюк. Київ : Телекритика, 2003. 266 с.
14. Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П. Психологія управління : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 664 с.
15. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. InMind, листопад 2023. 95 с. URL: <http://surl.li/qrnnp> (дата звернення: 17.08.2025).
16. Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 р. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. InMind, листопад 2022. 102 с. URL: <http://surl.li/fgspb> (дата звернення: 17.08.2025).
17. Чекмишев О. В. Ярошенко Л. А. Розвиток теорії моніторингових досліджень в Україні та світі. *Актуальні питання масової комунікації*. 2008. Вип. 9. С. 9–15.
18. A Handbok of Media and Communication Research. (2002). Ed. by Klaus Bruhn Jensen. London and New York: Routledge. 332 p.

19. Anderson, James A. (2012). Media research methods : understanding metric and interpretive approaches / James A. Anderson. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington, DC: SAGE Publications. 427 p/.
20. Kharamurza D., Puzanov V., Volynets G, Lesiuk O., Vashys K., Sadivnycha M. Social Media as a Development Tool English Communicative Competence. *Journal of Curriculum and Teaching*. 2022. № 11 (1). pp. 101–116. URL: <https://doi.org/10.5430/jct.v11n1p101> (дата звернення: 17.08.2025). (Scopus).
21. Krippendorff, K. (1980). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. Chapter 5. Newbury Park, CA : Sage. P. 98–124.
22. Methods for Analyzing Social Media. (2013). 1st Edition / by Klaus Bredl (Editor), Julia Hünninger (Editor), Jakob Linde Jensen (Editor). Routledge, 208 p.
23. Moshirina, Andrew. Who Will Check the Checkers? False Factcheckers and Memetic Misinformation. (2020). *Utah Law review*. Vol. 2020. Number 4. URL: <https://dc.law.utah.edu/ulr/vol2020/iss4/5/> (retrieved 17.08.2025).

Інтернет-ресурси

1. Український інститут медіа та комунікації : вебсайт. URL: <https://www.jta.com.ua/pro-ho-ukrainskyi-institut-media-ta-komunikatsii/> (дата звернення: 17.08.2025).
2. Mass Media Research Guide: Key Resources. Depaul Library. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/27765> (дата звернення: 17.08.2025).
3. Media Research Methods Books. URL: <https://www.routledge.com/humanities/media-film-studies/media-communications/media-research-methods> (retrieved: 17.08.2025).
4. Open Textbook Library. URL: <https://open.umn.edu/opentextbooks/subjects/journalism-media-studies-communications?page=4> (retrieved: 17.08.2025).