

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
« _____ » 2024 року


РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Сучасні медіадослідження

для студентів

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

Київ-2024

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА Код ЄДРПОУ 45307965	
Програма № <u>3044/24</u>	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
	
(підпис)	(прізвище, ініціали)
« _____ »	20 <u>24</u>

Розробник:

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

Викладач:

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

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

Протокол № 7 від 12 грудня 2023 року

Завідувач кафедри Новохатько Л. М. Новохатько

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

_____ 2024 року

Гарант освітньо-професійної програми Афанасьєв І. Ю. Афанасьєв

Робочу програму перевірено

_____ 2024 року

Заступник декана Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Сошинська В. Є. Сошинська

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	1	-
Семестр	2	-
Кількість змістових модулів з розподілом	4	-
Обсяг кредитів	4	-
Обсяг годин, у тому числі:	120	-
Аудиторні	32	-
Модульний контроль	8	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	80	-
Форма підсумкового контролю	залік	-

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни «Сучасні 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.

Завдання навчальної дисципліни

- Розвивати *загальні компетентності*

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

- Розвивати *спеціальні (фахові, предметні) компетентності спеціальності*

СК01. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв'язання задач дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері журналістики, в рекламі та зв'язках із громадськістю.

СК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики, в рекламі та зв'язках із громадськістю, в широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої

інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

Фахові компетентності формуються на базі Інформаційно-аналітичного центру Факультету журналістики Університету Грінченка.

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», другого (магістерського) рівня вищої освіти.

РН03. Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження.

РН06. Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності.

РН11. Брати продуктивну участь у розробленні проектів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.

4. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для денної форми навчання

№ п/п	Назви змістових модулів, тем	Кількість годин					
		Аудиторні					Самостійна
		Разом	Лекцій	Практичні	Семінарські	Модульний к-ль	
Модуль I.							
Теоретичні та практичні основи сучасних медіадосліджень							
1	Вступ до медіадосліджень	28	2	2	2		22
	Модульна контрольна робота	2				2	
	<i>Разом</i>	30	2	2	2	2	22
Модуль II.							
Традиційні та IT-методи медіадосліджень у PR і рекламі							
2	Традиційні методи досліджень та їх модернізація	14	2		2		10
3	Експрес-аналіз у сучасних медіадослідженнях	14		4			10

	Модульна контрольна робота	2				2	
	<i>Разом</i>	30	2	4	2	2	20
<u>Модуль III.</u>							
Професійний аналіз повідомлень							
4	Диференціація провайдерів медіадосліджень	14	2		2		10
5	Вплив психологічних особливостей суб'єкта на його мислення та висловлювання	14		4			10
	Модульна контрольна робота	2				2	
	<i>Разом</i>	30	2	4	2	2	20
<u>Модуль IV.</u>							
Презентація результатів дослідницької роботи							
6	Жанри, види, форми представлення результатів досліджень	14			4		10
7	Презентація результатів медіадослідження: використання теорії в сучасній практиці	14	2	4			8
	Модульна контрольна робота	2				2	
	<i>Разом</i>	30	2	4	4	2	18
	<i>Разом</i>	120	8	14	10	8	80

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ I

Теоретичні та практичні основи сучасних 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.

МОДУЛЬ II

Традиційні та IT-методи медіадосліджень у PR і рекламі

Тема 2. Традиційні методи досліджень та їх модернізація

Кількісні та якісні методи. Кліппінг друкованих матеріалів, традиційний контент-аналіз. Точки перетину математики з лінгвістикою. Бізнес-аналітика. Недоліки й переваги аналітики in-house і аутсорсингу послуг з аналізу медіа.

Тема 3. Експрес-аналіз у сучасних медіадослідженнях

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.

МОДУЛЬ III

Професійний аналіз повідомлень

Тема 4. Диференціація провайдерів 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.

Тема 5. Вплив психологічних особливостей суб'єкта на його мислення та висловлювання

Врахування особливостей пізнавальних процесів, психічних властивостей, станів та інших психічних явищ автора й аналітика при аналізі текстів. Рефлексія аналітика, самоаналіз. Установки, стереотипи, ціннісні орієнтації. 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.

МОДУЛЬ IV

Презентація результатів дослідницької роботи

Тема 6. Жанри, види, форми представлення результатів досліджень

Жанри, види, форми документів, що містять результати аналізу: дайджест, аналітична записка, реферат, дос'є, каталог, БД, слайдова, відеопрезентація, тощо. Ступені оброблення вторинної інформації. Засоби візуалізації, графічної презентації даних. Види діаграм. Критерії вибору підходів, інструментів, технік: співставлення ресурсів та цілей.

Тема 7. Презентація результатів медіадослідження: використання теорії в сучасній практиці

Підготовка дайджестів, аналітичних записок із запропонованих тем, використання в промоції медійних та інших продуктів.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти

Вид діяльності здобувача	максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		Кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Відвідування семінарських занять	1	1	1	1	1	1	1	2	2
Відвідування на практичному занятті	1	1	1	2	2	2	2	2	2
Робота на семінарському занятті	10	1	10	1	10	1	10	2	20
Робота на практичному занятті	10	1	10	2	20	2	20	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	2	10	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>			53		64		69		75
Максимальна кількість балів	261								
Розрахунок коефіцієнта	$261 : 100 = 2,61.$ <i>Приклад.</i> Здобувач набрав: 241 бал; залік оцінюється: $241:2,61 = 92$ бали, тобто “А” (зараховано)								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Модуль I.

Теоретичні та практичні основи сучасних 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 частині призначені для медіадосліджень.
2. Докладно (6–8 тис. друк. знаків, із пробілами) охарактеризуйте основні можливості, напрями застосування медіадосліджень в українському PR або в науковій діяльності.

Модуль II.
Традиційні та ІТ-методи медіадосліджень у PR і рекламі

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 III.
Професійний аналіз повідомлень

Самостійна робота № 3

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 медіамоніторингової компанії)? Для яких завдань вона підходить найбільше?

Самостійна робота № 4

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?

Модуль IV.
Презентація результатів дослідницької роботи

Самостійна робота № 5

Здобувач обирає одне із запропонованих завдань

1. Складіть аналітичну записку на тему: "Українські компанії з відеовиробництва, станом на IV квартал 2023 року". Опис методів і список джерел — обов'язково.

2. Напишіть дайджест на одну з тем: "Власники 10 найвпливовіших українських масмедіа" або "Топ-10 найвпливовіших українських публіцистів" 2022–2023 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 кожен правильну відповідь. Модульні контрольні роботи №№ 1, 2 містять також декілька тестових завдань другого рівня складності (середніх) по 2 бали кожен правильну відповідь. Роботи №№ 3, 4 містять також декілька теоретичних, аналітичних запитань, які потребують розгорнутої відповіді й оцінюються по 5 балів (максимум) кожне. Роботи №№ 3, 4 містять практичне завдання, яке потребує розгорнутої відповіді та оцінюється в 10 балів (максимум).

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 вищої освіти з дисципліни «Сучасні 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 «Сучасні медіаслідження»

Разом: 120 год.; лекції — 8 год., семінарські заняття — 10 год., практичні заняття — 14 год., модульний контроль — 8 год., самостійна робота — 80 год.; підсумковий контроль — залік

Модуль	Модуль І. Теоретичні та практичні основи сучасних медіадосліджень
К-сть балів за модуль	53 бали
Лекції	1
Теми лекцій	Вступ до медіадосліджень – 1 б.
Теми семінарських занять	Тема 1. Завдання та форми роботи в медіадослідженнях – 11 б.
Теми практичних занять	Тема 1. Складання брифу з проведення медіадослідження – 11 б.
Самостійна робота (СР)	СР № 1 – 5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота № 1 (25 балів)

Модуль	Модуль II. Традиційні та IT-методи медіадосліджень у PR і рекламі	
К-сть балів за модуль	64 бали	
Лекції	2	
Теми лекцій	Традиційні методи досліджень та їх модернізація – 1 б.	
Теми семінарських занять	Тема 2. Підбір методів і виконавців для короткотермінових і довготермінових досліджень – 11 б.	
Теми практичних занять	Тема 2. Проведення експрес-аналізу висвітлення запропонованого продукту в медіа – 11 б.	Тема 3. Експрес-аналіз ринку послуг з медіамоніторингу – 11 б.
Самостійна робота (СР)	СР № 2 – 5 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №2 (25 балів)	
Модуль	Модуль III. Професійний аналіз повідомлень	
К-сть балів за модуль	69 балів	
Лекції	3	
Теми лекцій	Диференціація провайдерів медіадосліджень – 1 б.	
Теми семінарських занять	Тема 3. Обман і самообман у процесі аналізу інформації – 11 б.	
Теми практичних занять	Тема 4. Визначення лідерів громадської думки з певної теми – 11 б.	Тема 5. Визначення впливу психологічних особливостей автора на зміст його тексту – 11 б.
Самостійна робота	СР № 3 – 5 б. СР № 4 – 5 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота № 3 (25 балів)	
Модуль	Модуль IV. Презентація результатів дослідницької роботи	
К-сть балів за модуль	75 балів	
Теми семінарських занять	Тема 4. Жанри, види, форми документів, що містять результати аналізу – 11 б.	Тема 5. Комплексний аналіз ілюстрованого тексту з результатами медіадослідження – 11 б.
Лекції	4	
Теми лекцій	Презентація результатів медіадослідження: використання теорії в сучасній практиці – 1 б.	

Теми практичних занять	Тема 6. Підготовка дайджесту з запропонованої теми– 11 б.	Тема 7. Презентація аналітичної записки про результати медіадослідження – 11 б.
Самостійна робота	СР № 5 – 5 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота № 4 (25 балів)	
Підсумковий контроль	Залік	

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основна література

1. 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.
2. Захарова І. В., Філіпова Л. Я. Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 336 с.
3. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія. Київ : Центр вільної преси, 2003. 200 с.
4. Кузнєцова О. Аналітичні методи в журналістиці. 2-ге вид., допов. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2002. 120 с.
5. 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).
6. Основи наукових досліджень : навч. посіб. Національна академія педагогічних наук України, Університет менеджменту освіти. Київ : Педагогічна думка, 2012. 143 с.
7. 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.
8. Ромах О. В. Настільний посібник з методології досліджень соціальних комунікацій. Львів : ПАІС, 2020. 404 с.
9. 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: 15.12.2023).
10. 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: 15.12.2023).

Додаткова література

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. URL: <https://doi.org/10.31392/iscs.2021.19.141> (дата звернення: 15.12.2023). (Web of Science).
2. Афанасьєв І. Ю., Устименко Л.М. Підтримка тревел-блогерів провідними українськими інтернет-масмедіа. *Питання культурології*. 2020. № 38, С. 236–247.
3. Афанасьєв І., Ільїнова О. Наукова література 2010-х рр. про теорію і практику реклами та зв'язків з громадськістю. *Інтегровані комунікації*. 2020. Вип. 2 (10). С. 6–15.
4. Афанасьєв І.Ю. Фотоілюстрування періодичних видань радянської України як чинник технологічного розвитку та інструмент соціального впливу. *Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців* : монографія / колектив авторів : [Афанасьєв І. Ю., Базелюк Н. М., Благовірна Н. Б. та ін.] ; наук. ред. Ніна Вернигора. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2019. С.136–158.
5. Афанасьєв І. Ю. Використання української «Вікіпедії» у зв'язках з громадськістю. *Інтегровані комунікації*. 2016. № 1. С. 11–16.
6. Варенко М. В. Інформаційно-аналітична діяльність : навч. посіб. Київ : Університет «Україна», 2013. 423 с.
7. Жегус О. В., Парцирна Т. М. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Харків : ФОП Іванченко І. С., 2016. 237 с.
8. Кузнєцова Т. Соціокультурні детермінанти оцінного сприйняття медіатексту. *Вісник Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. 2020. Т. 33 (72). № 1. Ч.3 143-148. (Index Copernicus, Google Scholar).
9. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень : монографія / за загал. наук. ред. В. В. Березенко, М. А. Лепського, О. О. Семенець ; відп. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьова. Запоріжжя : Кераміст, 2017. 309 с. URL: <http://surl.li/qrmyz> (дата звернення: 15.12.2023).
10. Муковський І. Т., Міщенко А. Г., Шевченко М. М.. Інформаційно-аналітична діяльність в міжнародних відносинах : навч. посіб. Київ : Кондор, 2012. 222 с.
11. Новохатько Л. М., Афанасьєв І. Ю., Сінько А. С. Інформаційно-комунікаційна діяльність та аналітика під час російсько-української

- війни (на прикладі соціальних мереж). *Communications and Communicative Technologies*. 2023. Issue 23. С. 144–151.
12. Основи наукових досліджень : науково-допоміжний бібліографічний покажчик ; укладачі : І. О. Железняк, В. В. Косенко ; редактор В. В. Косенко ; передмова В. В. Косенко. Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2014. 284 с. URL: <http://surl.li/qs nau> (дата звернення: 15.12.2023).
 13. Павленко В. М., Таглін С. О. Етнопсихологія : підручник. Київ : Либідь, 1999. 428 с.
 14. Різун В. В., Скотникова Т. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві. Київ : КНУ, 2005. 104 с.
 15. Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / Н. Ю. Волянчук та ін. : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 1,02 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/27765> (дата звернення: 03.11.2023).
 16. Суська О. Міждисциплінарний характер медіадосліджень як сучасний тренд соціальних наук. *European political and law discourse*. 2018. № 5 (3). С. 173 – 178. URL: <http://surl.li/qrmwt> (дата звернення: 15.12.2023).
 17. 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.
 18. Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П. Психологія управління : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 664 с.
 19. Чекмишев О. В. Ярошенко Л. А. Розвиток теорії моніторингових досліджень в Україні та світі. *Актуальні питання масової комунікації*. 2008. Вип. 9. С. 9–15.
 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: 15.12.2023). (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 Linaa Jensen (Editor). Routledge, 208 p.
 23. Moshirina, Andrew. Who Will Check the Checkers? False Factcheckers and Memetic Misinformation. *Utah Law review*. Vol. 2020. Number 4. URL: <https://dc.law.utah.edu/ulr/vol2020/iss4/5/> (retrieved 2024/01/13).

Інтернет-ресурси

1. Український інститут медіа та комунікації : вебсайт. URL: <https://www.jta.com.ua/pro-ho-ukrainskyu-instytut-media-ta-komunikatsii/> (дата звернення: 13.12.2023).
2. Mass Media Research Guide: Key Resources. Depaul Library. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/27765> (дата звернення: 13.11.2023).
3. Media Research Methods Books. URL: <https://www.routledge.com/humanities/media-film-studies/media-communications/media-research-methods> (retrieved: 2023/12/28).
4. Open Textbook Library. URL: <https://open.umn.edu/opentextbooks/subjects/journalism-media-studies-communications?page=4> (retrieved: 2023/12/29).