

Розробник:

Александрович Марина Василівна, доцент кафедри видавничої справи

Викладач:

Дуке Ольга Олександрівна, доцент кафедри видавничої справи

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол № 1 від 27 серпня 2021 року

Завідувач кафедри Масімова Л. Г. Масімова

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з видавничої справи та редагування

_____ 2021 року

Гарант освітньо-професійної програми Шпак В. І. Шпак

Робочу програму перевірено

_____ 2021 р.

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Росінська О. А. Росінська

Пролонговано

на 20 21 / 20 22 н.р. підпис (ПІБ), « 27 » 08 20 21 р., протокол № 1

на 20 ___ / 20 ___ н.р. підпис (ПІБ), « ___ » ___ 20 ___ р., протокол № ___

на 20 ___ / 20 ___ н.р. підпис (ПІБ), « ___ » ___ 20 ___ р., протокол № ___


на 20 ___ / 20 ___ н.р. підпис (ПІБ), « ___ » ___ 20 ___ р., протокол № ___

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Інститут журналістики

Кафедра видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи


О. Б. Жильцов
« 01 » _____ 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Інтернет: медіа-бізнес

для студентів

Спеціальності *061 Журналістика*

Освітнього рівня *першого (бакалаврського)*

Освітньої програми *061.00.03 Видавнича справа та редагування*

Київ – 2020

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Прод. № 1695/20

(підпис) (прізвище, ініціали)
« _____ » _____ 2020 р.

Розробник:

Александрович Марина Василівна, доцент кафедри видавничої справи

Викладач:

Александрович Марина Василівна, доцент кафедри видавничої справи

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол № 1 від 31 серпня 2020 року

Завідувач кафедри Маш Л. Г. Масімова

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з видавничої справи та редагування

31 серпня 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми Шпак В. І. Шпак

Робочу програму перевірено

1 вересня 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Росінська О. А. Росінська

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № ____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	Вибірковий блок 2 (спеціалізація «Видавничий бізнес»)	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	
Курс	4	
Семестр	7	
Кількість змістових модулів з розподілом	4	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, в тому числі:	120	
Аудиторні	56	
Модульний контроль	8	
Семестровий контроль	-	
Самостійна робота	56	
Форма семестрового контролю	Залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Інтернет: медіа-бізнес» є опанування студентами необхідних практичних навичок щодо реалізації видавничих проєктів у медіа-бізнесі в мережі Інтернет.

Завдання дисципліни передбачають розвивати *додаткові фахові компетентності* для спеціалізації «Видавничий бізнес»: навички розробки та реалізації видавничих бізнес-проєктів.

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

- демонструвати здатність щодо розробки та реалізації видавничих бізнес-проєктів.

Робота студентів у Центрах компетентностей:

- в Інформаційно-аналітичному центрі студенти здобувають навички самостійної дослідницької й аналітичної роботи (навчальні семінари з вивчення і обговорення історичних, теоретичних, законодавчих, нормативних і технологічних положень);
- у Центрі мультимедійних технологій студенти здобувають практичні навички проєктної роботи.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторна:					
		Лекції	Семинари	Практичні	Лабораторна	Модульні	
Змістовий модуль 1 Медіа-бізнес у реаліях «нових медіа»							
Тема 1. Медіа-бізнес у реаліях «нових медіа»: загальний огляд	8			4			4
Тема 2. Фінансування і монетизація медіа в Інтернеті	4			2			2
Тема 3. Канали поширення контенту медіа в Інтернеті	6			2			4
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	20			8		2	10
Змістовий модуль 2 Практичні кейси видавничих медіа-проектів							
Тема 1. Культурно-видавничі проекти	4			2			2
Тема 2. Книжкові веб-портали	4			2			2
Тема 3. Авторські подкасти	4			2			2
Тема 4. YouTube-канали про культуру	4			2			2
Тема 5. Культурно-видавничі проекти в соцмережах	4			2			2
Тема 6. Інтернет-книгарні та прямі продажі видавництва	4			2			2
Тема 7. Нові стартапи у видавничій сфері	4			2			2
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	30			14		2	14
Змістовий модуль 3 Успішні кейси медіа-проектів в інших сферах							
Тема 1. Інформаційно-новинні сайти	8			4			4
Тема 2. Онлайн-платформи про науку, культуру, стиль життя тощо	8			4			4
Тема 3. Український YouTube	8			4			4
Тема 4. Медіа в соцмережах	4			2			2
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	30			14		2	14
Змістовий модуль 4 Планування власного медіа-проекту							
Тема 1. Розроблення медіа-проекту	4			8			6
Тема 2. Старт медіа-проекту	4			4			6
Тема 3. Підтримка медіа-проекту	4			8			6
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	40			20		2	18
Підготовка та проведення контрольних заходів							
<i>Усього</i>	120			56		8	56

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Медіа-бізнес у реаліях «нових медіа»

Тема 1. Медіа-бізнес у реаліях «нових медіа»: загальний огляд

Завдання курсу. Очікування студентів від курсу.

Поняття про «медіа». Медіа-риннок.

Попит і пропозиція. Ринкова інфраструктура.

Медіа-бізнес в Інтернеті: «нові медіа» на противагу «старим медіа».

Цифрові технології. Інтерактивність. Мультимедіа.

Правове регулювання «нових медіа». Авторське право.

Кібербезпека.

Тема 2. Фінансування і монетизація медіа в Інтернеті

Фінансування медіа: залежне, незалежне, спонсори, гранти, донати.

Монетизація медіа: реклама, перегляди, донати, підписка, благодійні внески.

Прибуток і самоокупність. Конкуренція.

Реєстрація. Ліцензування.

Тема 3. Канали поширення контенту медіа в Інтернеті

Нові медіа: онлайн-видання, подкасти, е-книги, стрімінгові платформи, соціальні мережі.

Вибір каналів для поширення контенту.

Змістовий модуль 2. Практичні кейси видавничих медіа-проектів

Тема 1. Культурно-видавничі проекти

Культурно-видавничі проекти (на прикладі «Читомо» та інших).

Тема 2. Книжкові веб-портали

Книжкові веб-портали (на прикладі «ЛітАкценту», «Буквоїду», «Друга читача», «БараБуки» та інших).

Тема 3. Авторські подкасти

Подкасти (на прикладі подкасту Богдани Неборак «Взяла і прочитала» та інших).

Тема 4. YouTube-канали про культуру

YouTube-канали про культуру, українські букт'юбери.

Тема 5. Культурно-видавничі проекти в соцмережах

Культурно-видавничі проекти в соцмережах: фейсбук-спільноти, телеграм-канали, блогери, лідери думок.

Тема 6. Інтернет-книгарні та прямі продажі видавництв

Інтернет-книгарні та прямі продажі видавництв (на прикладі книгарні «Є» та інших).

Тема 7. Нові стартапи у видавничій сфері

Нові стартапи у видавничій сфері (на прикладі стартапу Антона Мартинова NOTIO та інших).

Змістовий модуль 3. Успішні кейси медіа-проектів в інших сферах

Тема 1. Інформаційно-новинні сайти

Успішні кейси українських інформаційно-новинних сайтів.

Тема 2. Онлайн-платформи про науку, культуру, стиль життя тощо

Успішні кейси українських онлайн-платформ про науку, культуру, стиль життя тощо

Тема 3. Український YouTube

Успішні кейси українських ютуб-каналів.

Тема 4. Медіа в соцмережах

Успішні кейси українських медіа-проектів у соціальних мережах.

Змістовий модуль 4. Планування власного медіа-проекту

Тема 1. Розроблення медіа-проекту

Ідея проекту. Команда, її мотивація.

Аналіз інфраструктури ринку. Цільова аудиторія. Конкуренти.

Попит на меседжі. План на рік існування проекту.

Тема 2. Старт медіа-проекту

Реєстрація і ліцензування медіа-проекту.

Контент-план медіа-проекту.

Фінансування (краудфандингова кампанія, реклама, підписки, донати)

Тема 3. Підтримка медіа-проекту

Розвиток каналів комунікації (соцмережі, розсилки, реклама тощо).

Робота з аудиторією.

Розвиток медіа-проекту.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Денна форма

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть 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 практичних занять	1	4	4	7	7	7	7	10	10
Робота на практичному занятті	10	4	40	7	70	7	70	10	100
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>	468		84		117		117		150
Максимальна кількість балів	468								
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $468:100=4,68$ Студент набрав: 440 балів Оцінка: $440:4,68 = 94$ бали А (зараховано)								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль 1. Медіа-бізнес у реаліях «нових медіа»

1. Презентувати три свої улюблені медіа.
2. Скласти список можливих методів фінансування для медіа-проектів.
3. Проаналізувати розвиток успішного медіа-проекту.

Змістовий модуль 2. Практичні кейси видавничих медіа-проектів

1. Здійснити моніторинг видавничих медіа-проектів.
2. Проаналізувати розвиток одного видавничого медіа-проекту.
3. Запропонувати шляхи покращення/розвитку цього видавничого медіа-проекту.

Змістовий модуль 3. Успішні кейси медіа-проектів в інших сферах

1. Здійснити моніторинг медіа-проектів з тематики, яка вас цікавить.
2. Проаналізувати розвиток одного медіа-проекту з тематики, яка вас цікавить.
3. Запропонувати шляхи покращення/розвитку цього медіа-проекту з тематики, яка вас цікавить.

Змістовий модуль 4. Планування власного медіа-проекту

1. Написати творче есе про ідею власного медіа-проекту та мотивацію його втілювати.
2. Скласти контент-план власного медіа-проекту на рік.
3. Продумати стратегію подальшого розвитку власного медіа-проекту.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими *критеріями*:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом в електронному вигляді і прикріплюється до електронного курсу або здаються в роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 4, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання: написати творче есе про своє ідеальне медіа.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання: проаналізувати розвиток одного видавничого медіа-проєкту, результат представити в електронному вигляді і прикріпити до електронного курсу.

Модульна контрольна робота № 3

Завдання: проаналізувати розвиток одного медіа-проєкту з тематики, яка вас цікавить, результат представити в електронному вигляді і прикріпити до електронного курсу.

Модульна контрольна робота № 4

Завдання: презентувати власний медіа-проєкт: ідея, цільова аудиторія, контент-план, канали комунікації, стратегія розвитку (у формі презентації).

Критерії оцінювання:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння здійснювати редакторський аналіз тексту, ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою у літературному редагуванні тексту;
- 6) уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 7) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу.

Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі *заліку* і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно A	90–100
Дуже добре B	82–89
Добре C	75–81
Задовільно D	69–74
Достатньо E	60–68
Незадовільно FX	35–59
Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу F	1–34

**7. Навчально-методична карта дисципліни «Інтернет: медіа-бізнес»
(денна форма)**

Разом: 120 год, лекції – 0 год, практичні заняття – 56 год,
самостійна робота – 56 год, МКР – 8 год, семестровий контроль – залік

Тиждень				
Модулі	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Змістовий модуль 4
Назва модуля	Медіа-бізнес у реаліях «нових медіа»	Практичні кейси видавничих медіа-проєктів	Успішні кейси медіа-проєктів в інших сферах	Планування власного медіа-проєкту
Кількість балів за модуль	84 бали	117 балів	117 балів	150 балів
Теми практичних занять	Медіа-бізнес у реаліях «нових медіа»: загальний огляд (22 б.)	Культурно-видавничі проєкти (11 б.)	Інформаційно-новинні сайти (22 б.)	Розроблення медіа-проєкту (44 б.)
	Фінансування і монетизація медіа в Інтернеті (11 б.)	Книжкові веб-портали (11 б.)	Онлайн-платформи про науку, культуру, стиль життя тощо (22 б.)	Старт медіа-проєкту (22 б.)
	Канали поширення контенту медіа в Інтернеті (11 б.)	Авторські подкасти (11 б.)	Український YouTube (22 б.)	Підтримка медіа-проєкту (44 б.)
		YouTube-канали про культуру (11 б.)	Медіа в соцмережах (11 б.)	
		Культурно-видавничі проєкти в соцмережах (11 б.)		
		Інтернет-книгарні та прямі продажі видавництв (11 б.)		
		Нові стартапи у видавничій сфері (11 б.)		
Самостійна робота	Самостійна робота 1 (15 б.)	Самостійна робота 2 (15 б.)	Самостійна робота 3 (15 б.)	Самостійна робота 4 (15 б.)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)	Модульна контрольна робота (25 балів)	Модульна контрольна робота (25 балів)	Модульна контрольна робота (25 балів)
Підсумковий контроль	Залік Усього 468 балів			

8. Рекомендовані джерела

Основні

Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців: монографія. За заг. ред. Г. В. Горбенко; упоряд., наук. ред. Н. М. Вернигора. Київ: Інститут журналістики Київський університет імені Бориса Грінченка, 2019. 272 с.

Шпак В. І. Видавничий бізнес в умовах української державності: монографія. Київ: Експрес-об'ява, 2015. 392 с.

Шпак В. І. Управління сучасним видавництвом: навчальний посібник. Київ: Експрес-об'ява, 2019. 384 с.

Додаткова література

Беляєва Я. Звести рахунки: 5 інструментів аналітики сайтів-конкурентів. *Platfor.ma*. URL: <https://platfor.ma/magazine/text-sq/media-innovations-lab/analytic-tools/>

Гончарова К. Монетизація ЗМІ: як заробляти, створюючи якісний контент. *Детектор-медіа*. URL: <https://detector.media/rinok/article/172256/2019-11-08-monetyzatsiya-zmi-yak-zaroblyaty-stvoryuyuchy-yakisnyy-kontent> (Last accessed: 01.09.2020).

Діджитал руйнує сучасні медіа *MediaLab*. URL: <https://medialab.online/news/didzhy-tal-rujnuye-suchasni-media/> (Last accessed: 01.09.2020).

Єжижанська Т. С. Гра видавців і держави: патерналізм чи комунікація? *Гра в бісер: комунікаційні ігри сучасності : колективна монографія*. За ред. Косюк О., Кошелюк О. Луцьк: Вежа-Друк, 2017. С. 245–260.

Закон України «Про видавничу справу» № 318/97-ВР від 05.06.97. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80#Text> (Last accessed: 01.09.2020).

Закон України «Про авторське право і суміжні права» № 3792-ХІІ від 23.12.1993 № 3792-ХІІ (Редакція станом на 04.11.2018). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text> (Last accessed: 01.09.2020).

Інтернет-медіа : електронний курс. *Prometheus*. URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/KNU/103/2015_T2/about (Last accessed: 01.09.2020).

Криза як шанс. Монетизація медіа в умовах кризи. *Інтерньюз Україна*. URL: <https://internews.ua/opportunity/session-6> (Last accessed: 01.09.2020).

Леоненко Я. Яким був вебдизайн у 2020 році. *Telegraf.Design*. URL: <https://telegraf.design/yakym-buv-vebdyzajn-u-2020-rotsi/> (Last accessed: 10.12.2020).

Петренко Г. Діджитал-маркетинг-2021: онлайн-репутація, martech і трошки TikTok. Медіапідсумки 23–29 листопада 2020 року. *Детектор-медіа*. URL: <https://detector.media/rinok/article/182960/2020-11-30-dydzhytal-marketynг-2021->

onlayn-reputatsiya-martech-i-troshky-tiktok-mediapidsumky-2329-lystopada-2020-roku/ (Last accessed: 10.12.2020).

Петренко Г. Український медіабізнес у часи пандемії: все настільки погано? Медіапідсумки 16–25 березня 2020 року. *Детектор-медіа*. — URL: <https://detector.media/infospace/article/175872/2020-03-26-ukrainskii-mediabiznes-u-chasi-pandemii-vse-nastilki-pogano-mediapidsumki-1625-bereznya-2020-roku> (Last accessed: 01.09.2020).

Правові нормативні акти з видавничої справи: тематична збірка. Київ: Книжкова палата України, 1998. 46 с.

Редакційні настанови Бі-Бі-Сі URL: http://journalib.univ.kiev.ua/BBC_Guidelines_Ukr.pdf (Last accessed: 01.09.2020).

Саліженко Ю. Риторичне питання: чи можливі медіа як бізнес в Україні. *Platfor.ma*. URL: <https://platfor.ma/magazine/text-sq/media-innovations-lab/publishing-business> (Last accessed: 01.09.2020).

Соха А. Як придумати назву для медіа. *MediaLab*. URL: <https://medialab.online/news/nazva-dlya-media/> (Last accessed: 01.09.2020).

Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу: навч. посібник. Київ: Академвидав, 2010. 136 с.

Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора. Укладач В. І. Шпак Київ: Експрес-об'ява, 2020. 264 с.

Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця: практичний посібник. Київ: Наша культура і наука, 2010. 560 с.

Тимошик М. С. Погляд журналіста, видавця, вченого. Київ: Наша культура і наука, 2005. 238 с.

Толокольнікова К. Соцмережі давно стали джерелом інформації. Що робити ЗМІ? *Детектор-медіа*. URL: <https://detector.media/community/article/143795/2019-01-03-sotsmerezhi-davno-staly-dzherelom-informatsii-shcho-robyty-zmi/> (Last accessed: 01.09.2020).

Як готувати свій медіапроект: інгредієнти й технологія. Кейс LIGA.Life. *The Lede*. URL: <https://www.thelede.media/management/2020/07/10/1868> (Last accessed: 01.09.2020).

Як створити стартап : електронний курс. *Prometheus*. — Режим доступу 01.08.2020:

https://courses.prometheus.org.ua/courses/Prometheus/Startup101/2015_T2/about

Як українка запустила власне онлайн-медіа в США. *Bazilik*. URL: <https://bazilik.media/iak-ukrainka-zapustyla-vlasne-onlajn-media-v-ssha/>

Marshall McLuhan. *Understanding Media: The Extensions of Man*. The MIT Press, 1994. 392 p. URL: <https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf> (Last accessed: 01.09.2020).

Електронні ресурси

Абук. URL: <https://abuk.com.ua/>

Андер Кавер <https://t.me/underrrrcoverrr>

Барабука. URL: barabooka.com.ua

Буквоїд. URL: <https://bokmal.com.ua/>

Букмоль. URL: <https://bokmal.com.ua/>

Детектор медіа. URL: <https://detector.media>

ЛітАкцент. URL: <https://litcentr.in.ua/>

Непозбувний книгочитун <https://t.me/npzbvnkngchtn>

Радіо Поділ <https://radiopodil.org/>

Смолоскип. URL:

https://www.youtube.com/channel/UCtGHWkYGP5_itWtz3NRKjUw

Твоя підпільна гуманітарка. URL:

https://www.youtube.com/channel/UCvDZ4ZSgzSt0rGgQpFV_r-A

Твоя полиця. URL: <https://www.youtube.com/channel/UClrBI-amleDuV0AtuZVTS7g>

Тексти. <https://texty.org.ua/>

Український інститут книги. URL: <http://book-institute.org.ua/>

Форум видавців. URL:

<https://www.youtube.com/channel/UCZh2qjQ4Es83uDBW0I4InzA>

Читомо. URL: <https://chytomo.com/>

BBC Україна <https://www.bbc.com/ukrainian>

Platfor.ma. URL: <https://platfor.ma/>

Media Business Reports. URL: <https://mbr.com.ua/>

MediaLab. URL: <https://medialab.online/>