

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО
Навчально-науковий інститут філології та журналістики
Кафедра журналістики**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор навчально-наукового
інституту філології та журналістики



ОЛЬГА ШАРАГІНА

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ЖУРНАЛІСТ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»**

Другий (магістерський рівень вищої освіти)

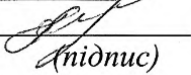
галузь знань	06 Журналістика
спеціальність	061 Журналістика
освітньо програма	061 Журналістика
тип дисципліни	Обов'язкова
Форма (и) навчання	Денна / заочна

Київ – 2024 рік

Розробники: Досенко Анжеліка Костянтинівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики; Нестеренко Олеся Анатоліївна, старший викладач кафедри журналістики

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри журналістики

Протокол № 2 від 19.09.2024

Завідувач кафедри  Анжеліка Досенко
(підпис)

Гарант освітньо-професійної програми «Журналістика»

Доктор філологічних наук, доцент

 Гаяна ЮКСЕЛЬ
(підпис)

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ	
Назва навчальної дисципліни, код в ОНП	«Журналіст у соціальних мережах», ОК7
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова
Рік навчання, семестр у якому викладається дисципліна	1 рік, II семестр
Обсяг навчальної дисципліни: – кількість кредитів – загальна кількість годин аудиторних за видами занять: – лекційні заняття – семінарські заняття – самостійна робота	3 кредити
	90 годин
	16 годин 16 годин
	58 годин
Вид підсумкового (семестрового) контролю	2 семестр – екзамен (усний)
Інформація про консультації	Консультації: Щовівторка 15.00–16.50 онлайн за покликанням: https://meet.google.com/ydw-ukcr-wou вул. Дж. Маккейна, 33, кафедра журналістики, каб. 422
Мова викладання	українська
Прізвище, ім'я, по батькові викладача (науковий ступінь, вчене звання, посада)	Нестеренко Олеся Анатоліївна, старший викладач кафедри журналістики
Контактна інформація викладача	nesterenko.olesya@tnu.edu.ua
Покликання на силабус на вебсайті Університету	
Формат проведення дисципліни	Дистанційний (online, Google Classroom) - навчальна дисципліна без очної складової.
ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
<p>Анотація дисципліни. Курс «Журналіст у соцмережах» належить до професійно зорієнтованих навчальних дисциплін, вивчення яких допоможе науково досконало оперувати теоретичними знаннями для формування практичних компетентностей у сфері комунікації з аудиторією; його викладають у 2 семестрі в обсязі 90 годин / 3 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).</p> <p>Навчальним планом передбачено в межах курсу для денної форми навчання 30 годин аудиторних занять (10 год лекційних і 20 годин семінарських), 60 годин самостійної роботи.</p> <p>Підготовка магістрів журналістики – це розвиток загальних та фахових компетентностей для залучення уваги аудиторії через соціальні медіа.</p> <p>Курс покликаний навчити студентів здійснювати комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування, реклами та RR-діяльності. Студенти вивчатимуть стратегії в межах SMM, вимоги до фахівця сфери маркетингу соціальних медіа, розглянуть основні помилки в його організації.</p> <p>Мета вивчення дисципліни: вивчити специфіку маркетингу в соціальних мережах, принципи та інструменти просування контенту.</p>	

Очікувані програмні результати навчання за дисципліною (за Освітньою програмою):

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **оволодіти такими знаннями:** розуміння ключових потреб аудиторії, вміння вести переговори, відстежувати тенденції в SMM, знаходити партнерів та управляти процесом роботи з ними, формулювати шаблони на основі успішних кампаній, готувати презентації, календарний план компанії, захищати свої концепції тощо. Створення свого контенту для поширення через соціальні мережі без участі організатора. Вивчення контент-менеджменту та загальномаркетингових навичок;

сформувати такі компетентності: студенти оволодіють навичками організації бізнесу в соціальних мережах та вивчення механізмів його просування. Навчатися розробляти програми SMM кампаній та оцінювати ефективність роботи в соціальній мережі. Вивчатимуть принципи побудови SMM стратегій. Практично оволодіють навичками просування спільноти у Facebook та Instagram та управління YouTube-каналом.

Вивчення навчальної дисципліни сприяє формуванню **цілей** через реалізацію загальних компетентностей (ЗК), спеціальних (фахових, предметних) компетентностей (СК) та програмних результатів навчання (РН).

ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКІ НАБУВАЮТЬ ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПРИ ВИВЧЕННІ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

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

ЗК07. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

ЗК08. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

ЗК09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)

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.

ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Програмні результати навчання (РН)

РН02. Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики.

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.

РН04. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійної діяльності, результатів досліджень та інновацій, пошуку та аналізу відповідної інформації.

РН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.

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

Пререквізити. Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з теорії та практики журналістики, соціальних комунікацій, достатніх для сприйняття категоріального апарату та термінології нових медій.

Постреквізити. Здобуті компетентності можуть бути використані під час вивчення курсу «Менеджмент і маркетинг інформаційного продукту», а також «Виробничої практики».

Консультативну допомогу здобувачі вищої освіти можуть отримати у ННП кафедри журналістики, які безпосередньо проводять заняття або звернувшись з письмовим запитом на електронну пошту за адресою nesterenko.olesya@tnu.edu.ua.

Структура навчальної дисципліни

ДЕННА ФОРМА

Назви розділів і тем	Кількість годин				
	денна форма				
	Всього	у тому числі			
л		п/ла б.	се м.	с. р.	
1	2	3	4	5	6
Розділ 1. Соціальні мережі та їхні особливості					
Тема 1. Загальна характеристика соціальних мереж.		2		4	12
Тема 2. Соціальні мережі як інструменти побудови внутрішнього і зовнішнього іміджу. Створення сторінки.		2		4	12
Тема 3. Соціальні мережі як ефективне середовище комунікації.		2		4	12
Тема 4. Вплив соціальних мереж на суспільство. Стратегія просування сторінок у соцмережах.		2		4	12
Разом за розділом 1		8		16	20
Розділ 2. Робота журналіста в соціальних мережах					
Тема 5. Особливості ефективної взаємодії соціальних мереж та українських інтернет-медіа.		2		4	12
Разом за розділом 2		2		4	6
Іспит					
Усього годин		10		20	60

ЗАОЧНА ФОРМА

Назви розділів і тем	Кількість годин				
	денна форма				
	Всього	у тому числі			
л		п/ла б.	се м.	с. р.	
1	2	3	4	5	6
Розділ 1. Соціальні мережі та їхні особливості					
Тема 1. Загальна характеристика соціальних мереж.		2		2	30
Тема 2. Соціальні мережі як інструменти побудови внутрішнього і зовнішнього іміджу. Створення сторінки.		2		2	30

Разом за розділом 1		4		4	60
Розділ 2. Робота журналіста в соціальних мережах					
Тема 3. Особливості ефективної взаємодії соціальних мереж та українських інтернет-медіа.		2		2	18
Разом за розділом 2		2		2	18
Іспит					
Усього годин				6	78

ТЕМАТИКА ТА ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
Назва теми	Рекомендовані джерела інформації до теми / Формат завдання
Лекційні заняття	
Розділ 1. Соціальні мережі та їхні особливості	
Тема 1.1. Загальна характеристика соціальних мереж.	1. Ознайомитися з матеріалом. 2. Створити конспект лекції.
Тема 1.2. Соціальні мережі як інструменти побудови внутрішнього і зовнішнього іміджу. Створення сторінки.	1. Ознайомитися з матеріалом. 2. Створити конспект лекції.
Тема 1.3. Соціальні мережі як ефективне середовище комунікації.	1. Ознайомитися з матеріалом. 2. Створити конспект лекції.
Тема 1.4. Вплив соціальних мереж на суспільство. Стратегія просування сторінок у соцмережах.	1. Ознайомитися з матеріалом. 2. Створити конспект лекції.
Розділ 2. Робота журналіста в соціальних мережах	
Тема 2.1. Особливості ефективної взаємодії соціальних мереж та українських інтернет-медіа.	1. Ознайомитися з матеріалом. 2. Створити конспект лекції.
Семінарські заняття – 60 балів	
Розділ 1. Соціальні мережі та їхні особливості	
Тема 1.1. Загальна характеристика соціальних мереж (10 балів). Поняття соціальних мереж та їх функцій. Класифікації соціальних мереж та відмінність від блогосфери. Соціальні мережі та комунікаційні платформи: різниця понять.	1. Ознайомитися з матеріалом. 2. Аналіз основних характеристик соціальних мереж та створення презентації до кожної.
Тема 1.2. Соціальні мережі як інструменти побудови внутрішнього і зовнішнього іміджу. Створення сторінки (10 балів). Інструментарій соціальних мереж. Побудова іміджу журналіста у соціальних мережах. Етичні особливості спілкування у соціальних мережах.	1. Ознайомитися з матеріалом. 2. Проведення swot-аналізу сторінок у соцмережах.
Тема 1.3. Соціальні мережі як ефективне середовище комунікації (10 балів).	1. Ознайомитися з матеріалом. 2. Розробка контент-плану публікацій на кілька тижнів у вигляді таблиці.

Комунікація в мережі: прикладні комунікаційні технології як інструменти побудови комунікації між журналістом та аудиторією.	
Тема 1.4. Вплив соціальних мереж на суспільство. Стратегія просування сторінок у соцмережах (10 балів). Формування суспільної думки через соціальні мережі та месенджери. Особливості формування контенту. аудіовізуальний контент: особливості функціонування.	1. Ознайомитися з матеріалом. 2. Створення добірки публікацій: текстовий допис із серією фотографій, сторис та рілс у відеоформаті.
Розділ 2. Робота журналіста в соціальних мережах	
Тема 2.1. Особливості ефективної взаємодії соціальних мереж та українських інтернет-медіа. Пошук інформації у соціальних мережах. Крос-медійні платформи як майданчики співпраці інтернет-ЗМІ та соціальних мереж. Переваги та недоліки роботи з соціальними мережами та інтернет-медіа.	1. Ознайомитися з матеріалом. 2. Запишіть спіч (сторіз, рілз) із появою у кадрі та проведення опитування із залученням фото, написів.
ІНФОРМАЦІЯ ПРО ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ	
Самостійна робота – 10 балів	
Розділ 2. Робота журналіста в соціальних мережах	
Тема 2.1. Акцентуаційні норми.	1. Проаналізувати імідж двох відомих українських журналістів (10 балів). 2. Матеріали Темі 2.1.
Іспит – 40 балів	
ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ (ІСПИТУ) З ДИСЦИПЛІНИ «Журналіст у соціальних мережах»	

1. Обґрунтуйте поняття соціальних мереж.
2. Поясніть функції соцмереж.
3. Розкрийте відмінність між соцмережами та комунікаційними платформами.
4. Поясніть у чому полягає роль соцмереж під час побудови іміджу.
5. Розкрийте особливості формування суспільної думки через соціальні мережі та месенджери.
6. Розкрийте особливості формування аудіовізуального контенту.
7. Розкрийте існуючий інструментарій соціальних мереж.
8. Поясніть механізми побудови іміджу журналіста у соціальних мережах.
9. Опишіть існуючі етичні особливості спілкування у соціальних мережах.
10. Обґрунтуйте важливість ведення антифейкової політики.
11. Поясніть механізми протистояння інформаційним впливам.
12. Розкрийте важливість формування інформаційного поля в епоху цифрової журналістики.
13. Обґрунтуйте механізми взаємодії між крос-медійними платформи як майданчиками співпраці інтернет-ЗМІ та соціальних мереж.
14. Розкрийте існуючі переваги та недоліки роботи з соціальними мережами та інтернет-медіа.
15. Розкажіть про кросплатформінг як форму джерел інформації.
16. Розкажіть про гостьовий постинг як форми джерел інформації.
17. Розкажіть про блоги як інформаційні ресурси.
18. Опишіть механізми пошуку інформації у соціальних мережах.
19. Опишіть механізми перевірки та роботи з джерелами фактів у соціальних

мережах.

20. Розкрийте особливості побудови власного іміджу журналіста у соціальних мережах.

ТЕХНІЧНЕ ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

У режимі очного / дистанційного навчання вивчення навчальної дисципліни «Журналіст у соціальних мережах» передбачає відвідування навчальних занять та / або доєднання кожного здобувача до навчального середовища Google Classroom, оскільки там розміщуються навчальні матеріали, ведеться журнал оцінювання навчальних досягнень, є можливість для обміну думками.

У режимі дистанційного навчання – вивчення курсу додатково передбачає доєднання кожного здобувача вищої освіти до програми Meet (для занять у режимі відеоконференцій). У цьому випадку здобувачу вищої освіти пропонується самотійно потурбуватися про якість доступу до інтернету.

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернету для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самотійної роботи тощо.

У режимі очного навчання програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом дисципліни та виконання передбачених видів освітньої діяльності передбачає:

- пакет програмних продуктів Microsoft Office;
- мультимедійний проєктор;
- комп'ютер/ноутбук/планшет;
- інтерактивні дошки;
- наявність персонального комп'ютера (мультимедійного проєктора, планшета, інтерактивної дошки тощо).

ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ

Дотримання принципів академічної доброчесності. Не толеруються жодні форми порушення академічної доброчесності. Очікується, що роботи здобувачів вищої освіти будуть самотійними, їхніми власними оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей.

Під час виконання письмових контрольних робіт, тестування, підготовки до відповіді на екзамені користування зовнішніми джерелами інформації заборонено. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача вищої освіти є підставою для не зарахування роботи викладачем.

Дотримання принципів та норм етики. Під час занять здобувачі вищої освіти діють із позицій академічної доброчесності, професійної етики, дотримуються правил внутрішнього розпорядку ТНУ ім. В. І. Вернадського. Поводяться толерантно, доброзичливо та виважено у спілкуванні між собою та викладачами.

Відвідування занять. Здобувачі вищої освіти повинні відвідувати усі лекції, семінарські / практичні заняття з навчальної дисципліни та інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Недопустимі пропуски та запізнення на заняття без вагомих причин, користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття/контрольного заходу без дозволу викладача. Критично сприймається несвоєчасне виконання поставленого завдання, терміни захисту індивідуального завдання (у контексті самотійної роботи), терміни ліквідації заборгованості.

До семестрового контролю будуть допущені ті студенти, які набрали не менше ніж 36 б. (робота на семінарах, самотійна, індивідуальна робота). Решту балів студент може добрати на підсумковому контролі, відповівши на два теоретичних питання (із переліку питань до підсумкового контролю), кожне з яких може бути оцінене

максимально на 10 б., і виконавши два практичних завдання, кожне з яких може бути оцінене максимально на 10 б.; разом – 40 б. Окрім цього, до семестрового контролю не будуть допущені ті студенти, які без поважних причин пропустили більше ніж 50 % лекційних та більше ніж 50 % семінарських / практичних занять.

Для дистанційної форми навчання обов'язковим є: дослідження до не менше ніж 50 % лекційних та не менше ніж 50 % семінарських / практичних занять; присутність на заняттях з увімкненою камерою; навчально-наукова активність студента на кожному семінарі, коли здобувач вищої освіти присутній в онлайн-форматі.

Політика дедлайну. Студенти зобов'язані дотримуватися термінів, передбачених курсом і визначених для виконання всіх видів робіт.

Порядок відпрацювання пропущених занять. Відпрацювання пропущених занять без поважної причини відбувається згідно з графіком відпрацювань та консультацій. Відпрацювання пропущених занять з поважної причини може проводитися також у будь-який зручний для викладача час.

Перескладання підсумкової оцінки з метою її підвищення не допускається, окрім ситуацій, передбачених нормативними документами ТНУ ім. В. І. Вернадського, або неявки на підсумковий контроль із поважної причини.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Підсумковий контроль (іспит)				Сума балів – 100		
К-сть балів за кожен вид роботи						
Розділ 1				Розділ 2		Іспит
С 1.1	С 1.2	С 1.3	С 1.4	С 2.1	Сам	
10	10	10	10	10	10	40

С – семінарське заняття;
Сам – самостійна робота.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	відмінне виконання, 100-90 % виконаних завдань
80-89	Добре	B	вище середнього рівня, 89-80 % виконаних завдань
75-79	Добре	C	загалом правильне виконання, 79-75 % виконаних завдань
66-74	Задовільно	D	достатній рівень, 74-64 % виконаних завдань
60-65	Задовільно	E	виконання відповідає мінімальним критеріям, 63-60 % виконаних завдань

35-59	Незадовільно	FX	необхідне перескладання, 59-35 % виконаних завдань
0-34	Незадовільно	F	необхідне повторне вивчення курсу, 34-1 % виконаних завдань
РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ (основна, допоміжна література, інформаційні ресурси в мережі Інтернет)			

Основні

1. Бойд Е. Ефірна журналістика: технологія виробництва ефірних новин. Київ, 2007. 430 с.
2. Гоян В. Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми: посібн. для студентів. Київ, 2001.
3. Досенко А. К. Етика аматорських інтернет-медіа: соціальнокомунікацій підхід. Соціальні комунікації: теорія і практика. № 3. 2016. С. 47–50.
4. Досенко А. К. Блогінг і громадська журналістика: зона дифузності. *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації. Запоріжжя, 2018. № 1. С. 12–18.
5. Досенко А. К. Становлення інтернет-журналістики в Україні: специфіка. Умови розвитку. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Т. 28 (67). № 1. Київ. 2017. С. 53–58.
6. Досенко А. К. Стрімінг як соціальнокомунікативний процес. *Держава та регіони*. Серія: соціальні комунікації. № 2. 2017. С. 129–131.
7. Досенко А. К., Погребняк І. В. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери. Київ, 2020. 189 с.
8. Захарченко А. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник. Тернопіль, «Крок». 2014. 198 с.
9. Кісса Ю. Блоги – це неформальна журналістика. URL: <http://www.personal-trening.com/blog>.
10. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора в нових ЗМІ; пер. з англ. А. Іщенка. Київ: Вид. дім «Києво-Могилян. акад.», 2007. 324 с.
11. Кузнецова О. Ідентичність блога і ЗМІ. Теле- та радіожурналістика. 2013. Вип. 12. С. 117–123.
12. Матвєєва С. Сайт як жанр Інтернет-комунікації (на матеріалі персональних сайтів учених): автореф. дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук: спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» Донецьк, 2006. 21 с.
13. Потятиник Б. Інтернет-журналістика Львів: ПАІС, 2011.
14. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, інтернет. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 407 с.
15. Чайка І. Карнавальні аспекти політичного ток-шоу: соціально-філософський аналіз Гілея: науковий вісник: збірник наукових праць. Київ, 2010. Вип. 34. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_34/Gileya34/F13_doc.pdf.
16. Шутяк Л. Діалог як іманентна властивість ток-шоу. *Медіакритика*. 2010.02.18. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/dialoh-yak-imanentna-vlastyvyst-tok-shou.html>.
17. Deuze M. Understanding the impact of the Internet: On new media professionalism, mindsets and buzzwords URL: https://www.researchgate.net/publication/254750080_Understanding_the_impact_of_the_Internet_On_new_media_professionalism_mindsets_and_buzzwords.

Додаткові

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика: навчальний посібник / за заг. ред. В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, 2011. 262 с.
2. Досенко А. К. Аматорські медіа завантаження як один із факторів розвитку сучасних мережевих комунікативних процесів. *Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник*. Київ, 2014. Т. 56. С. 156–160.
3. Досенко А. К. Блоги і традиційні медіа: аналіз співіснування. *Образ*. Суми. Вип 27. 2018. С. 111–119.
4. Досенко А. К. Блогінг як платформа для прихованої реклами. *Держава та регіони*. Серія: соціальні комунікації. № 3. 2015. С. 100–104.
5. Досенко А. К. Генедрні ознаки комунікації у блогах як вияв психолінгвістичних характеристик блогерів. *Світ соціальних комунікацій*. Т. 7. Київ, 2012. С. 105–108.
6. Досенко А. К. Електронні щоденники як одиниці соціальних комунікацій. Київ: КиМУ. 2012. 220 с.
7. Досенко А. К. Клоакінг як мережевий процес. *Діалог: Медіа-студії*. Одеса: «Астропринт», 2010. С. 390.
8. Досенко А. К. Конотація мережі. *Держава і регіони*. Серія: Соціальні комунікації. Запоріжжя, 2016. № 6. С. 118–122.
9. Досенко А. К. Медійність блогів: генеза ідей та динаміка розвитку соціальних комунікацій. Київ, 2011. С. 84–136.
10. Досенко А. К. Мережеві сервери та їх місце у соціальних комунікаціях. *Світ соціальних комунікацій*. Т. 4. Київ, 2011. С. 83–86.
11. Досенко А. К. Теоретичні основи дослідження ознак епістолярних жанрів (щоденники, есе, листи, блоги). *Соціальні комунікації сучасного світу: науковий збірник / за ред. О. М. Холода*. Запоріжжя, 2009. С. 165–168.
12. Житарюк М. Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство. Львів, 2008. 416 с.
13. Квіт С. Нові медіа. *Масові комунікації*. URL: http://libfree.com/199901197_zhurnalistikanovi_mediyi.htmlhttp://libfree.com/199901197_zhurnalistikanovi_mediyi.htm.
14. Нестеренко О. А. Жанрова природа мультимедійних історій. *Наукові записки: науково-фахове видання*. Серія: Соціальні комунікації. Львів: Українська академія друкарства. 2016. № 2 (53). С. 346–355.
15. Нестеренко О. А. Діахронна проекція онлайн-сторителінгу. *Поліграфія і видавнича справа: науково-фахове видання*. Серія: Соціальні комунікації. Львів: Українська академія друкарства. 2016. № 2 (72). С. 275–284.
16. Нестеренко О. А. Поняттєві сфери термінів для номінації нових медіаформатів. *Держава та регіони: наук.-виробничий журнал*. Серія: Соціальні комунікації. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2016. № 4 (28). С. 80–86.
17. White David S., Le Cornu A. (2011). Visitors and Residents: A New Typology for Online Engagement. *First Monday*, 16 (9). Accessed 15 October 2011.
18. Tunney S., Monaghan C. (eds.) (2010). *Web Journalism: A New Form of Journalism?* Sussex: Sussex Academic Press.
19. Granado A. The use of Internet in newsgathering among European science journalists URL:

https://www.academia.edu/240717/The_use_of_Internet_in_newsgathering_among_European_science_journalists.

20. George Claassen Science and the media in South Africa: Reflecting a 'dirty mirror' https://www.academia.edu/4837415/Science_and_the_media_in_South_Africa_Reflecting_a_dirty_mirror.

21. Yemi Obalanlege Journalism Practice and New Media in Nigeria: An exploratory analysis of Journalism culture and practice in Nigeria. URL: <https://crescent-university-edu.academia.edu/YemiObalanlege>.

22. Serena Miller (Carpenter) Internet competition and U.S. newspaper city government coverage: Testing the Lowrey and Mackay model of occupational competition. URL: https://www.academia.edu/741562/Internet_competition_and_U_S_newspaper_city_government_coverage_Testing_the_Lowrey_and_Mackay_model_of_occupational_competition.