

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра видавничої справи



ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов
2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ СУЧАСНІ МЕДІА-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ

для студентів

спеціальності 061 «журналістика»

освітнього рівня другого (магістерського)

освітньої програми 061.00.03 «Видавнича справа та редагування»

Київ - 2020



Розробник:

Іващенко Вікторія Людвігівна, доктор філологічних наук, професор кафедри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Іващенко Вікторія Людвігівна, доктор філологічних наук, професор кафедри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол від 31 серпня 2020 року № 1

Завідувач кафедри *Мас* Л. Г. Масімова

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

_____ 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми *Н. М. Вернигора* Н. М. Вернигора

Робочу програму перевірено

_____ 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики

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

Пролонговано

на 2020/2021 н.р. підпис (ПІБ), «31» 08 2020 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

« 11 » 09 2019 року

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Сучасні медіа-комунікативні технології

для студентів

спеціальності 061 «Журналістика»

освітнього рівня другого (магістерського)

освітньої програми «Видавнича справа та редагування»

Київ – 2019



Розробники: Іващенко В.Л., доктор філологічних наук, професор кафедри видавничої справи

Викладачі: Іващенко В.Л., доктор філологічних наук, професор кафедри видавничої справи

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії) видавничої справи

Протокол від «29» серпня 2019 року № 1

Завідувач кафедри (голова циклової комісії) Масімова Л.Г. Масімова

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) з видавничої справи та редагування

____ . ____ 2019 р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми
(керівник проектної групи) Шпак (В. І. Шпак)

Робочу програму перевірено

____ . ____ 2019 р.

Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи

Росінська (О.А. Росінська)

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	
Сучасні медіа-комунікативні технології		
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Курс	5	-
Семестр	9	-
Кількість змістових модулів з розподілом:	3	-
Обсяг кредитів	4	-
Обсяг годин, в тому числі	120	-
аудиторні	32	-
модульний контроль	8	-
семестровий контроль	30	-
самостійна робота	50	-
форма семестрового контролю	іспит	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – формування у студентів системи знань щодо комунікації як соціального феномену, комунікативних моделей, стратегій, структури і технологій у вирішенні фахових завдань; про технології та ефекти комунікації, лінгвістичні й структурні впливи на комунікативну ефективність; умови та критерії ефективності фахової діяльності журналіста.

Завдання дисципліни передбачають формування таких **компетентностей**:

загальні компетентності:

ЗК-6 Комунікація. Здатність використовувати іноземні мови у популяризації своєї інноваційної роботи.

ЗК-8 Когнітивна гнучкість. Здатність здобувати нові знання, уміння та інтегрувати їх з уже наявними; спроможність аналізувати явище, ситуацію, проблему, враховуючи різні параметри, фактори, причини; здатність адаптувати

мислення для вирішення завдань у змінених умовах чи нестандартних ситуаціях.
ЗК-9 Орієнтація на високий результат. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Фахові компетентності:

ФК-1 Знання та розуміння. Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення, дослідницької та/або інноваційної діяльності; здатність використовувати набуті знання у практичній професійній діяльності.

Здатність використовувати знання чинного законодавства з питань інформації.

ФК-4 Технологічна – здатність використовувати знання з новітніх медіакомунікативних технологій, сучасних видавничих технологій.

Семінарські заняття з навчальної дисципліни “Сучасні медіа-комунікативні технології” проходять у комп’ютерних класах.

Заняття за темою “Медіа-планування як комунікативна технологія” заплановано на телеканалі “1+1”. Відвідування телеканалу передбачає також ознайомчу з його діяльністю навчально-пізнавальну екскурсію.

У межах теми “Нові та новітні технології постіндустріального суспільства. Медіа-комунікативні й комунікаційні технології” запропоновано прочитання книги Ювала Ноя Харарі “Людина розумна. Історія людства від минулого до майбутнього”.

3. Результати навчання за дисципліною

Основними програмними результатами є:

- ПРН-1 Демонструвати вміння використовувати концептуальні знання, набуті у процесі навчання на рівні новітніх досягнень для розв’язання складних проблем та вирішення практичних завдань в галузі видавничої справи та редагування.

- ПРН-3 Використовувати знання з новітніх медіакомунікативних технологій, сучасних видавничих технологій.

ПРН-8 Застосувати на практиці знання з основ авторського та трудового законодавства; порядку укладання та виконання авторських договорів; захисту інтелектуальної власності; нормативних актів.

Робота студентів у Центрах компетентностей:

- в Інформаційно-аналітичному центрі студенти здобувають навички самостійної дослідницької й аналітичної роботи (семінарські заняття з вивчення і обговорення сучасних медіа-комунікативних технологій);
- у Центрі мультимедійних технологій студенти здобувають практичні навички роботи із сучасних медіа-комунікативних технологій.
- Заняття за темою “Медіа-планування як комунікативна технологія” заплановано на телеканалі “1+1”.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Модульні	
<i>Змістовий модуль I. Медіа-комунікативні технології в інформаційному суспільстві</i>							
<i>Тема 1. Нові та новітні технології постіндустріального суспільства. Медіа-комунікативні й комунікаційні технології</i>	10	2	2				6
<i>Тема 2. Соціальна інженерія як медіа-комунікативна й комунікаційна технологія</i>	10	2	2				6
<i>Тема 3. Медіа-планування як комунікативна технологія</i>	10	2	2				6
<i>Модульний контроль 1</i>	2					2	
<i>Разом</i>	32	6	6			2	18
<i>Змістовий модуль II. Стратегії ефективної комунікації</i>							
<i>Тема 4. Ефективна комунікація. Типологія комунікативних ефектів</i>	10	2	2				6
<i>Тема 5. Маніпулятивні стратегії медіа-комунікативних технологій. Мовні засоби впливу</i>	10	2	2				6
<i>Модульний контроль 2-3</i>	4					4	
<i>Разом</i>	24	4	4			4	12

<i>Змістовий модуль III. Медіа-комунікативні технології в мережевій комунікації</i>							
<i>Тема 6. Комунікативні стратегії соціальних мереж</i>	10	2	2				6
<i>Тема 7. Транзактна медійна комунікація. Конвергентні медіа як нова технологія</i>	12	2	2				8
<i>Тема 8. Інформація в системі мережових комунікацій. Мовні аспекти технології мережевої комунікації</i>	10	2	2				6
<i>Модульний контроль 4</i>	2					2	
<i>Разом</i>	34	6	6			2	20
<i>Підготовка та проходження контрольних заходів</i>	30						
<i>Усього</i>	120	16	16			8	50

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль I

МЕДІА-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Тема 1. Нові та новітні технології постіндустріального суспільства. Медіа-комунікативні й комунікаційні технології

Поняття «технологія» та його еволюція. Поняття «сучасні технології» в системі суміжних понять. Технології нових медіа: основні групи технологій. Інформаційно-[теле]комунікаційні технології. Соціогуманітарні технології як технології маніпулювання. Комунікаційні й комунікативні технології в аспекті проблем комп'ютерної та соціальної комунікацій. Конвергентні технології.

Поняття «медіа» і «мас-медіа». Медіа-комунікація і масова комунікація. Етапи становлення медіа-технологій. [Мас-]медіа – комунікативний простір і [мас-]медіа – комунікаційний простір. Медіа-комунікативні технології та їхні різновиди.

Тема 2. Соціальна інженерія як медіа-комунікативна й комунікаційна технологія

Поняття соціальної інженерії. Сфери застосування. Складники, етапи й типи соціотехнологій в аспекті медіа-комунікації. Концепція соціальної інженерії, її завдання й напрями.

Соціальна інженерія і соціальні комунікації. Соціальна інженерія і соціологія керування. Журналістика і соціальна інженерія.
Спін-докторинг.

Тема 3. Медіа-планування як комунікативна технологія

Медіа-планування як інтегрована комунікація. Основні поняття.

Інформаційна кампанія. Мета інформаційної кампанії та [соціо]психологічні складники її досягнення. Параметри визначення цільової аудиторії. Інформаційне повідомлення. Інформаційні продукти. Етапи планування інформаційної кампанії. Медіа-план. Медіа-канали. Медіа-мікс. Комунікативно-інформаційний аудит медіа-плану.

Типи інформаційних кампаній. Критерії для вибору медіа-каналу та їх показники.

Медіа-планування рекламної кампанії видавничої продукції. Основні етапи.

Медіа-планування телеканалу. Комунікативне медіа-планування. Схема аналізу.

Змістовий модуль II

СТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 4. Ефективна комунікація. Типологія комунікативних ефектів

Моделі комунікації. Масова комунікація, медіа-комунікація, мережева комунікація. Ефективна та неефективна комунікація. Умови і моделі ефективної комунікації. Оцінювання результативності комунікації.

Типологія комунікативних ефектів. Позитивний і негативний комунікативні ефекти в ЗМІ. Прийоми й засоби впливу задля досягнення позитивного комунікативного ефекту. Помилки при формуванні комунікативного ефекту. Комунікативні моделі реагування.

Інформаційний комфорт. Інформаційний резонанс. Мовні засоби інформаційного комфорту.

Тема 5. Маніпулятивні стратегії медіа-комунікативних технологій

Маніпуляція і медіа-маніпуляція. Ознаки маніпуляції. Способи маніпуляції. Маніпулятивна і комунікативна стратегії. Маніпулятивні та комунікативні тактики. Рівні маніпуляцій. Засоби маніпулятивного впливу в медіа-текстах. Медіа-свідомість.

Маніпулятивні технології в мас-медійній комунікації (телевізійній, радіо-, пресовій та електронній).

Мовленнєва маніпуляція / мовне маніпулювання в журналістських матеріалах.

МЕДІА-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕРЕЖЕВІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 6. Комунікативні стратегії соціальних мереж

Соціальна мережа як комунікативна система. Типологія комунікативних стратегій соціальних мереж. Специфіка та моделі комунікації в мережевому середовищі. Діалогічна спрямованість мовлення в соціальних мережах. Інтернет-комунікація та її жанри. Видавнича комунікація у соціальних мережах. Персоналізація, вербальна і невербальна саморепрезентація в соціальних мережах.

Тема 7. Транзактна медійна комунікація. Конвергентні медіа як нова технологія

Транзактні медійні технології як нові комунікативні технології і масовокомунікативні технології.

Конвергенція мас-медіа та медіа-комунікації.

Трансмедійний сторителінг (TS) та його жанрова своєрідність. Розвиток нового жанрового формату.

Концепція блогу як технології нових медіа. Мікроблоги.

Лонгрид як формат подавання матеріалу.

Тема 8. Інформація в системі мережевих комунікацій. Мовні аспекти технології мережевої комунікації

Становлення мережевого суспільства. Специфіка інформації в мережевій комунікації, її життєвий цикл.

Мережева мова / мова онлайн-медіа. Креолізовані тексти та їх класифікація.

Контекстуальність комунікації в мережі. Віртуальна мовна особистість інтернет-комунікації.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	3	3	2	2	3	3
Відвідування семінарських занять	1	3	3	2	2	3	3
Відвідування на практичному занятті							
Робота на семінарському занятті	10	3	30	2	20	3	30
Робота на практичному занятті							
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)							
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	2	50	1	25
Виконання ІНДЗ							
<i>Разом</i>	211		66		79		66
Максимальна кількість балів	211						
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $211:60 = 3,5$ Студент набрав: 209 балів Оцінка: $209:3,5 = 60$ балів (за семестр), додається екзамен (max 40 балів) – А (відмінно)						

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Змістовий модуль I. Медіа-комунікативні технології в інформаційному суспільстві

Тема 3. Медіа-планування як комунікативна технологія

Завдання. На конкретному прикладі розкрити етапи медіа-планування рекламної кампанії (за вибором).

Змістовий модуль II. Стратегії ефективної комунікації

Тема 4. Ефективна комунікація. Типологія комунікативних ефектів

Завдання. Проаналізувати 2 тексти різних журналістських жанрів. Визначити комунікативний ефект (ефекти), що його запланував автор.

Змістовий модуль III. Медіа-комунікативні технології в мережевій комунікації

Тема 6. Комунікативні стратегії соціальних мереж

Завдання. Створити тексти у різних жанрах інтернет-спілкування (за вибором).

Критерії оцінювання самостійної роботи

Критерії оцінювання виконаних завдань:

- ступінь засвоєння знань та використання рекомендованих джерел за темою;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- творчий підхід;
- коректне використання термінології;
- уміння поєднувати теорію і практику.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульні контрольні роботи кожен студент виконує самостійно у формі підготовленої презентації, яку прикріплює до електронного курсу.

Навчальною дисципліною передбачено 3 модульні контрольні роботи. Виконання кожної є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1.

Завдання. Розробити поетапний медіа-план рекламної кампанії нового видавничого продукту з урахуванням використання нових, новітніх або інноваційних технологій.

Модульна контрольна робота № 2-3.

Завдання. Обраний журналістський матеріал (медіа-текст) оцінити з позиції ефективності – неефективності комунікації. Виписати мовні засоби впливу. Проаналізувати їх. Обґрунтувати обрання тієї чи іншої комунікативної стратегії (кооперативної, конфліктогенної чи маніпулятивної) й тактик. За наявності маніпулятивної стратегії зазначити засоби маніпулятивного впливу.

Модульна контрольна робота № 4.

Завдання. На одному з прикладів видавничої комунікації у соціальних мережах (за вибором та за необхідності в режимі «онлайн») показати можливість використання конвергентних медіа з метою просування видавничого продукту.

Критерії оцінювання модульних контрольних робіт

За кожну виконану модульну контрольну роботу – **25 балів**.

Критерії оцінювання:

- ступінь засвоєння знань та використання рекомендованих джерел за темою;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- творчий підхід;
- коректне використання термінології;
- уміння поєднувати теорію і практику.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Основною формою проведення семестрового контролю з навчальної дисципліни «Сучасні медіа-комунікативні технології» є комплексний іспит у **комбінованій формі**, який, окрім письмових відповідей на перші два питання, передбачає презентації заздалегідь підготовлених завдань (формулювання завдань див. у переліку питань до іспиту) із використанням мережі Інтернет.

Максимально за іспит студент може отримати **40** балів, з них:

1 питання – **10** балів;

2 питання – **10** балів;

3 завдання – **20** балів.

Критерії оцінювання:

- ступінь засвоєння знань та використання рекомендованих джерел за темою;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- творчий підхід;
- коректне використання термінології;
- уміння поєднувати теорію і практику.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Поняття технологій та сучасних технологій. Нові й новітні технології. Різновиди медіа-комунікативних технологій.
2. Поняття «медіа» і «мас-медіа». Комунікативні й комунікаційні технології в аспекті комп'ютерної та соціальної комунікацій.
3. Медіа-комунікація і масова комунікація.
4. Мережеве суспільство, його становлення.
5. Інформація в системі мережевих комунікацій.
6. Мережеві мови. Лінгвістичні аспекти мережевої комунікації.
7. Медіа-планування телеканалу.
8. Маніпуляція і медіа-маніпуляція. Поняття маніпулятивної та комунікативної стратегій, маніпулятивних і комунікативних тактик. Засоби маніпулятивного впливу в медіа-текстах.
9. Поняття комунікативного ефекту та ефективності комунікації. Типологія комунікативних ефектів.
10. Медіа-планування як комунікативна технологія. Медіа-план і медіа-канал.
11. Конвергентні медіа як нова технологія.
12. Особливості видавничої комунікації у соціальних мережах.
13. Соціальна інженерія як медіа-комунікативна й комунікаційна технологія, сфери її застосування.
14. Соціальна мережа як комунікативна система.
15. Типологія мережевої комунікації.
16. Основні етапи медіа-планування.
17. Інформаційно-[теле]комунікаційні та соціогуманітарні (Hi-Hume) технології.

18. Специфіка інформації в мережевих комунікаціях, її життєвий цикл.
19. Історія *media* та етапи їх становлення.
20. Медіа-свідомість. Способи маніпуляції. Маніпуляції суспільною свідомістю в мас-медійній комунікації.
21. Зіставити особливості мовного оформлення кількох жанрів інтернет-спілкування (за вибором).
22. На конкретному прикладі показати особливості персоналізації в соціальних мережах.
23. На конкретному прикладі розкрити етапи планування інформаційної кампанії (за вибором).
24. Проаналізувати основні моделі комунікації в Інтернеті.
25. Розкрити концепцію блогу і мікроблогу як технологій нових медіа.
26. Розкрити й проаналізувати параметри визначення цільової аудиторії в медіа-плануванні.
27. Проаналізувати соціопсихологічні складники досягнення мети в інформаційній кампанії.
28. Показати особливості використання мовних засобів маніпулювання в мас-медіа.
29. Розкрити особливості діалогічного мовлення в соціальних мережах.
30. Розкрити особливості мови онлайн-медіа.
31. Здійснити загальний аналіз комунікативного медіа-планування телеканалу (за вибором).
32. Розкрити специфіку комунікативного медіа-планування одного з телеканалів (за вибором).
33. Розкрити особливості мовного оформлення одного з жанрів інтернет-спілкування (за вибором).
34. Створити невербальну саморепрезентацію у просторі соціальних мереж.
35. Створити невербальний текст для соціальних мереж.
36. Здійснити медіа-планування рекламної кампанії на підприємстві (за вибором).
37. На одному з прикладів створення інформаційного продукту (за вибором) розкрити механізм спін-докторингу.
38. На конкретному прикладі показати особливості лонгриду як одного з форматів подання журналістського матеріалу.
39. На конкретному прикладі проаналізувати жанрову своєрідність сторителінгу.
40. На конкретному прикладі показати особливості реалізації концепції соціоінженерної діяльності в реаліях української культури.
41. Створити текст у жанрі мережевих ЗМІ.
42. Віднайти в тексті (за вибором) мовні засоби маніпулювання. Зазначити прагматичну мету їх використання.
43. Розробити медіа-план рекламної кампанії нового видавничого продукту.
44. На конкретному прикладі розкрити етапи медіа-планування рекламної кампанії.
45. Визначити комунікативний ефект (ефекти) тексту (за вибором).
46. Створити вербальну саморепрезентацію у просторі соціальних мереж.
47. Зіставити транзактні медійні й масовокомунікативні технології.

6.6. Шкала відповідності оцінок

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

8. Рекомендовані джерела

Основні:

1. Ботьц Н. Абетка медіа. – К.: Академія Української Преси, 2015. – 176 с.
2. Бузин В.Н. Основи медіапланування: Курс лекцій. – М.: Міжнародний інститут реклами, 2008. – 243 с.
3. Городенко Л. М. Комунікативні парадигми розвитку мережевих соціальних спільнот // Інформаційне суспільство. – 2014. – Вип. 19.
4. Городенко Л. М. Теорія мережевої комунікації. – К.: Академія Української Преси, 2012.
5. Денесюк С.Г. Комунікологія: навчальний посібник. – Вінниця: ВНТУ, 2015. – 102 с.
6. Діброва Т.Г. Рекламна кампанія: процедура реалізації медіастратегії // Економічний вісник НТУУ «КПІ»: Зб. наук. праць. – 2008. – № 5. – С. 343–348.
7. Журбенко К.В. Нові медіа як об'єкт соціологічного вивчення // Соціологія. – 2016. – № 7 (135). – С. 90-95.
8. Завадська О.В. Феномен креолізованого тексту: актуальна проблема сучасних лінгвістичних досліджень // Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г. С. Сковороди. – 2016. – Вип. 43. – С.131–147.
9. Захарченко А. Інтернет-медіа. – К.: Видавець Марченко, 2015. – 142 с.
10. Зражевська Н.І. Комунікаційні технології: лекції. – Черкаси: Брама-Україна, 2010. – 224 с.
11. Інформатизація управління соціальними системами: Організаційно-правові питання теорії і практики: навч. пос. / В.Д. Гавриловський, Р.А. Калюжний, В.С. Цимбалюк та ін.; за заг. ред. М.Я. Швеця, Р.А. Калюжного. – К.: МАУП, 2003. – 336 с.
12. Інформаційна та кібербезпека: соціотехнічний аспект: підручник / В.Л. Бурячок, В.Б. Толубко, В.О. Хорошко, С.В. Толюпа. – К.: ДУТ, 2015. – 288 с.
13. Іщук С.М. Інтернет-комунікації: інформаційний зміст та ігровий характер // Вісник Національного авіаційного університету. – 2008. – № 2. – С. 87–91.

14. Кислова О.М., Берднік К.О. Нові медіа як комунікативні технології XXI століття: наслідки мережевізації та інтелектуалізації комунікацій // Соціальні технології: заради чого? Яким чином? З яким результатом?: Монографія / Колектив авторів, наук. ред. В. І. Подшивалкіна. – Одеса: «Одеський національний університет імені І.І. Мечнікова», 2015. – С. 277–288.
15. Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / за ред.: Р. Блюма, М. Герольд, В. Іванова, В. Різуна. – К. : [б. в.], 2001. – 302 с. [Бібліотека Університету].
16. Матвієнко В.Я. Соціальні технології / В. Я. Матвієнко. – К., 2001.
17. Островська Н.В. Прикладні соціально-комунікаційні технології [Електронний ресурс]: навчальний посібник / Н. В. Островська. – Електрон. дані. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2017.
18. Почепцов Г.Г. Коммуникационные технологии. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
19. Почепцов Г.Г. Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей. – К.: Альтпрес, 2010. – 254 с.
20. Прокопенко Б.В. Соціогуманітарні технології: маніпулятивний аспект // Філософія науки: традиції та інновації. – 2015. – № 1 (11). – С. 84–91.
21. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація». – К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
22. Різун В.В., Непійвода НФ., Корнєєв В. М. Лінгвістика впливу. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. – 148 с.
23. Різун В.В., Цимбаленко Є.С. Медіакомунікації: до визначення понять // Українське журналістикознавство. – 2013. – Вип. 14. – С. 50.
24. Руда О. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: Монографія. – К., 2012. – 232 с.
25. Саприкін, О. А. Сучасні інформаційні агенства : [підручник] / О. А. Саприкін. – К.: НАУКККіМ, 2014. – 391 с. [Бібліотека Університету].
26. Тодорова О. PR в цифрову еру. Искусство коммуникаций. – К.: Huss, 2012. – 239 с. [Бібліотека Університету].
27. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: Підручник / О. О. Селіванова. – Черкаси: Вид-во Чабаненко Ю.А. – 2011. – 350 с.
28. Сербін С. Рольові функції маніпулятора в прямоефірних інтерв'ю // Медіапростір. – 2015. – Вип. 7. – С. 32-41.
29. Сліпецька В.Д. Негатив у комунікації, чи маніпулятивні стратегії і тактики конфліктного спілкування: дослідницькі постулати і перспективи // Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки. – 2013. – Вип. 3 (69). – С. 287–290.
30. Сорокіна Л. Комунікативна стратегія vs. маніпулятивна стратегія // Актуальні питання іноземної філології. – 2015. – № 2. – С. 101–104.
31. Сухорольський П.М., Хлібойко Г.П. Персоналізація в Інтернеті та її вплив на забезпечення прав людини // Правова інформатика. – 2013. – № 4. – С. 3–9.
32. Шевченко А. Особливості функціонування крос-медіа в контексті конвергенції ЗМІ // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації». – 2016. – Том 24. – № 12. – С. 159-164.

33. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект: Монографія. – К., 2012. – 440 с.

Допоміжні:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: Монографія. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
3. Гасаненко Н.А. Як оцінювати ефективність соціальної реклами // Маркетинг і реклама. – 2006. – № 7–8. – С. 17–20.
4. Гарбадин А. Теорія комунікативної дії Ю. Габермаса: теоретична спорідненість з ідеями демократії // Політична наука в Україні: стан і перспективи: матеріали всеукраїнської наукової конференції (Львів, 10–11 травня 2007). – Львів, ЦПД, 2008. – 308 с.
5. Городенко Л.М. Класифікація ознак мережевої комунікації // Проблеми соціальної комунікації. – 2012. – Вип. 15. – С. 25–29.
6. Городенко Л. М. Структурні особливості інформації в системі мережевих комунікацій // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2012. – Вип. 3. – С. 52–55.
7. Городенко Л. М. Українські журналістикознавчі дослідження мережевої комунікації // Українське журналістикознавство. – 2012. – Вип. 13. – С. 10–14.
8. Горохов В.Г., Розин В.М. Введение в философию техники. – М., 1998.
9. Грицяк Н.В., Баровська А.В. Інформаційні кампанії як механізм підвищення ефективності реалізації державної політики у сфері євроінтеграції // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 2 (3). – С. 37–44.
10. Дейк Т.А., ван. Язык. Познание, Коммуникация / Сост. В.В. Петров; Под ред. В.И. Герасимова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
11. Журбенко К.В. Нові медіа як об'єкт соціологічного вивчення // Соціологія. Грані. – 2016. – № 7 (135). – С. 90–95.
12. Зайцева М.О. Засоби маніпулятивного впливу в сучасному політичному дискурсі (лінгвістичний аспект) // Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. – 2012. – Вип. 34. – С. 101–104.
13. Иванов Л.Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста // Словарь и культура устной речи. – М.: Азбуковник, 2000. – С.131–147.
14. Иванова Е.В. Технология и её роль в эволюционном развитии общества // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 9 (147): Экономика. – Вып. 20. – С. 42–45.
15. Корнеєв В.М. Підходи до вивчення прихованого текстового впливу // Вісник Київського ун-ту. Журналістика. – 2001. – Вип. 9. – С. 75–79.
16. Крутушкіна О.В. Стратегічний комунікаційний аудит торговельного підприємства: сутність та методологія // Вісник Донецького Національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2009. – № 3 (43). – С. 233–239.
17. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: Монография. – Волгоград: Перемена, 2009. – 477 с.

18. Назайкин А. Медиапланирование на 100 %. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 460 с.
19. Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама та зв'язки з громадськістю» / За заг. ред. В. Е. Шевченко. – К.: Паливода А. В., 2012. – 412 с.
20. Остапенко И.А. Гендерная идентичность и самопрезентация в Интернет-коммуникации: Социально-философский анализ: Дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. – Ростов н/Д, 2004. – 196 с.
21. Почепцов Г. Революция.com. Основы протестной инженерии / предисл. Д. Корчинский. – М.: Европа, 2005. – 520 с. (Серия «Технологии»).
22. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. – К.: Спадщина, 2012. – 462 с.
23. Примак Т.О. Маркетингова політика комунікацій: навч. пос. – К.: МАУП, 2004. – 228 с.
24. Соціальне проектування // Тезаурус соціології: тематичний словник-довідник / За ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 487 с.
25. Сочалов В. Медіакомунікативні технології в системі держуправління Сингапуру // Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. ОРІДУ / Голов. ред. М.М. Іжа. – Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2014. – Вип. 4 (60). – С.173–176.
26. Стасюк Т.В. Ієрархія концептосфери «Новітні технології» // Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія. – 2013. – Вип.27. – С. 89–94.
27. Стасюк Т. В. Термінологія новітніх технологій // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. – 2008. – Вип. 17. – С. 79–86.
28. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник / За ред. В. Г. Королька. – К.: 2003. – 216 с.
29. Українська мова. Енциклопедія. – К.: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2000. – 752 с.
30. Хабермас Ю. Комунікативна дія і дискурс // Першоджерела комунікативної філософії. – К.: Либідь, 1996. – С.84–91.
31. Чекмишев О.В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: Підручник-практикум. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 130 с.
32. Ясенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: Навч. пос. – К.: Видавничий центр «Академія», 2010. – 312 с.

Інтернет-джерела:

1. Городенко Л.М. Цифрова та інформаційна нерівність у мережевій комунікації // Інформаційне суспільство. – 2012. – Вип. 16. – С. 56–59. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2012_16_12
2. Етика мережевого спілкування. – Режим доступу: <http://ladyfacts.xyz/kultura-i-suspilstvo/etika/65636-etika-merezhovogo-spilkuwannja.html>
3. Жигаліна О.О. Блог як гіпержанр інтернет-комунікації // Психолінгвістика. – 2009. – Вип. 4. – С. 210–216. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2009_4_28

4. Закіров М. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології як фактор еволюції соціально-політичних відносин / М. Закіров // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського : зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2017. – Вип. 46. – С. 11–30.
5. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій». – 2006. – Ст. 1. [Київ, 14 вересня 2006 року, N 143-V]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/143-16>
6. Закон України «Про інноваційну діяльність». – Режим доступу: № 40-IV 04.07.2002. <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
7. Канаев Д.А. Практика медиaplанирования. – Режим доступу: http://www.mediaplanirovanie.ru/ru/mediaplanning/theory_and_practice/articles/practice.htm
8. Каптіорова В.В. Синкретизм монологу, діалогу та полілогу в Інтернет-комунікації // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: 2013. – Вип. 43(2). – С. 129–137. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mikks_2013_43\(2\)_22.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mikks_2013_43(2)_22.pdf)
9. Кушнар'ов В.В. Використання засобів масової інформації для реклами культурного туризму: проблеми взаємостосунків // Актуальні питання культурології. – 2011. – Вип. 11. – С. 76–81. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Afina/2011_11/kuchnar.pdf
10. Лемеш В.Г. Засоби маніпулятивного впливу у смисловому просторі англomовного медіатексту // VII Международная научно-практическая конференция «Наука в информационном пространстве» (29–30 сентября 2011). – WEB-ресурс научно-практических конференций: http://www.confcontact.com/20110929/iy_lemesh.php
11. Непийвода Н.Ф. Інтерактивна стилістика. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1070>
12. Непийвода Н.Ф. Мовні засоби інформаційного комфорту. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=245>
13. Почепцов Г.Г. Мережеві комунікації. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/merezhevi_komunikatsii/
14. Різун В. В. Природа й структура комунікативного процесу. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005>
15. Современный гипноз или социальный инжиниринг. Как это работает. – Режим доступа: <http://hpc.name/thread /6764/p1.html>
16. Стасюк Т.В. Концептуалізація термінопоняття «технологія» в діахронічній та синхронічній перспективі // Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія. – 2014. – Вип. 28. – С. 39–45.
17. Шилінська І. Лінгвостилістичні аспекти інтернет-комунікації // Мандрівець. – 2014. – № 5. – С. 67–69.
18. Шилова В.В. Вплив комунікаційних технологій як засобів соціального інжинірингу в телевізійних новинах. – Режим доступу: http://seanewdim.com/uploads/3/2/1/3/3213611/shilova_v.v._effect_communication_technologies_as_funds_socio_engineering_in_tv-news.pdf

