

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б.Жильцов
« 12 » 01 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Теорія і практика новітніх медій:
Виробництво та просування мультимедійного контенту**

спеціальності: 061 «Журналістика»
рівня вищої освіти: другого (магістерського)
освітньої програми: «Журналістика»

Київ – 2022

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма № 2412/22
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 2022 р.

Розробники: Досенко Анжеліка Костянтинівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Викладач: Досенко Анжеліка Костянтинівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа

Протокол від 1 грудня 2021 р. №6

Завідувач кафедри _____ (І.В. Погребняк)

Робочу програму погоджено з гарантом освіти (професійної/наукової) програми
(керівником проектної групи)

(назва освітньої програми)

____.____.20____р

Гарант освіти (професійної/наукової) програми

(керівником проектної групи) _____ (М. С. Васьків)

Робочу програму перевірено

____.____.20____р.

Заступник директора /декана _____ (О.І. Стадніченко)

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 формою навчання	
	Денна	заочна
Теорія і практика новітніх медій: Виробництво та просування мультимедійного контенту		
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	90	
курс	5	
Семестр	1	
Кількість змістових модулів з розподілом:	2	
Обсяг кредитів	3	
Обсяг годин, у тому числі:		
аудиторних	24	
Модульні контрольні	6	
Семестровий контроль	30	
Самостійна робота	30	
Форма семестрового контролю	Іспит	

2. Мета і завдання навчальної дисципліни

Робоча програма навчальної дисципліни «**Теорія і практика новітніх медій: Виробництво та просування мультимедійного контенту**» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою журналістики та нових медіа на основі освітньо-професійної програми підготовки магістрів відповідно до освітньої програми «Журналістика».

Робочу навчальну програму укладено згідно з вимогами бально-рейтингової системи організації навчання. Програма визначає обсяги знань, які повинен опанувати студент відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритм вивчення навчального матеріалу дисципліни «**Теорія і практика новітніх медій: Виробництво та просування мультимедійного контенту**», необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Мета курсу – ознайомити студентів з теоретичними засадами та основними технологіями виробництва та просування мультимедійного контенту.

Завдання курсу:

- сформувані у студентів техніки інтерпретації понять «медіапродукт», «контент» («мультимедійний-контент», «цифровий контент», «мережевий контент») та визначення їх сутнісних характеристик в контексті медіа середовища як відкритої системи;
- ознайомити студентів із теоретико-методологічними засадами формування та просування на медіа ринку актуального мережевого мультимедійного контенту;
- виробити у студентів технологічні навички формування та просування в медіа середовищі (монетизації) актуального мережевого мультимедійного контенту.

3. Результати навчання за дисципліною.

За підсумками вивчення дисципліни студенти **будуть знати:**

- сутності, різновидах та основних засадах виробництва мережевого мультимедійного продукту;
- теоретичні та практичні засади виробництва різних видів мережевого мультимедійного контенту;
- технологічних аспектах формування унікального / неунікального мережевого мультимедійного контенту;
- економічних та психологічних аспектах просування актуального мережевого мультимедійного контенту;

будуть вміти:

- створювати власний мультимедійний контент за його сутнісними характеристиками;
- формувати власний мультимедійний контент;
- реалізовувати стратегії впровадження мультимедійного контенту.

Дисципліна спрямована на формування у студентів таких **загальних та фахових (професійних) програмних компетентностей** освітньої програми підготовки магістрів спеціальності 061 Журналістика: **Здатність до комплексного розв'язання проблем.** Здатність до виокремлення проблеми, дослідження її, окреслення етапів для роботи у подальшому, вміння знаходити ідею, вибрати та оцінити її, спланувати вирішення, залучати людей до її вирішення та діяти. **ЗК-3 Здатність до креативності.** Відкритість до нових знань, ідей і технологій; здатність продукувати нестандартні ідеї, творчо підходити до вирішення проблеми чи виконання завдань. **ЗК-5** Здатність до координації дій з іншими. **Здатність до формулювання суджень і ухвалення рішень.** Спроможність орієнтуватися у різних поглядах на проблему та шляхи її вирішення, формувати власну думку; уміти формулювати завдання, аргументовано обирати оптимальні шляхи розв'язання, аналізувати й осмислювати отриманий результат, переконливо його представляти. **ФК-4. Оперативно збирати інформацію.** Мати глибокі базові знання з різних галузей; спеціалізовані знання з окремої галузі; дотримуватись балансу думок; вміти працювати з джерелами; взаємодіяти з аудиторією.

Програмні результати навчання

ПРН-1. В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти оцінити співрозмовника (визначити типи психіки та моделі можливої поведінки) для досягнення комунікативної мети. **ПРН 2** - В умовах професійної діяльності застосовувати сучасні інноваційні технології в комунікативній сфері; **ПРН-7** - В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти знаходити переконливі аргументи для кожного виду суспільного середовища. **ПРН-13** - Здатність до системного мислення у професійній журналістській діяльності. **ПРН-17** - Здатність до системного мислення у професійній журналістській діяльності.

Структура навчальної дисципліни.

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних занять	Самостійна робота	Підсумковий контроль	Семестровий контроль
МОДУЛЬ I Базові засади мультимедійного контенту								
1.	Тема 1. Поняття контенту. Його види та типи. Візуальна складова як провідний складник мультимедійного контенту	12		4		10		
2	Тема 2. Трансформація сучасного користувача:	2			2			
3	Тема 3. Контент-запити: жанрові специфіки	12			2	10		
4	Модульна контрольна робота 1	2						
	Разом	26		4	4	20		
МОДУЛЬ II. Типологія мультимедійного контенту								
5	Тема 4. Типологічні характеристики мультимедійного контенту. Механізми створення.	4			4			
6	Тема 5. Специфіка створення унікального мультимедійного контенту. Mobyrise	4			4			
7.	Модульна контрольна робота 2	2						
	Разом	10			8			
МОДУЛЬ III. Технології виробництва та просування інтернет-контенту								
8.	Тема 7. Механізми створення мультимедійного контенту власного блогу	12				10	-	-
9	Тема 8. Механізми якісного контенту на сайті WIX.	4			4			
10	Тема 9 Механізми просування мультимедійного контенту на WIX	4			4			
	Модульна контрольна робота 3	2						
	Разом	20			8	10		
	Разом за навчальним планом	90		4	20	30		

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ МОДУЛЬ I

Базові засади мультимедійного контенту

Лекція 1. Поняття контенту. Його види та типи. Візуальна складова як провідний складник мультимедійного контенту (4 год.)

Поняття та види мультимедійного контенту. Структурні характеристики медіа середовища як відкритої системи. Сутнісні риси контенту.

Література основна: 1, 3.

Література додаткова: 2, 3, 6, 8.

Практичне заняття 1. Трансформація сучасного користувача: вивчення потреб (2 год.)

1. Феномен мультимедійного контенту.
2. Структурні характеристики медіа середовища як відкритої системи.
3. Сутнісні риси контенту
4. Сучасний споживач контенту та його критерії
5. Моніторинг потреб читача.

Література основна: 1, 3.

Література додаткова: 2, 3, 6, 8.

Практичне заняття 2. Контент-запити: жанрові специфіки (2 год.)

- 1.Інтерактивність як риса мультимедійного контенту.
- 2.Феномен «атомізації» контенту у сучасній журналістиці.
- 3.Гіпертекстуальність.
4. Відео та аудіо формати розважального мультимедійного контенту. Явище «читач / користувач як співавтор» у сучасному медіа середовищі ЗМІ.
- 5.Мережеві жанри та специфіка їх впровадження.
6. Мультимедійне інтер'ю як провідний жанр медіасефри.

Література основна: 1, 3.

Література додаткова: 5, 7, 8

МОДУЛЬ II. Типологія мультимедійного контенту

Практичне заняття 3-4. Типологічні характеристики мультимедійного контенту. Механізми створення. Mobygise (4 год.)

Заняття 1

- 1.Феномен мультизадачної аудиторії.
- 2.Контент-серфінг.
3. Феномен нестачі / надлишку контенту.

Література основна: 1, 4.

Література додаткова: 1-19.

Заняття 2

4. Типологія контенту: твіт-контент, соціальні мережі, 7нековий контент тощо.
5. Створення власного контенту на конструкторі Mobygise.

Література основна: 1, 4.

Література додаткова: 1-19.

Практичне заняття 5-6. Специфіка створення унікального мультимедійного контенту. Mobyrise (4 год.)

Заняття 1

1. Поняття якісного та унікального мультимедійного контенту.
2. Специфіка SEO-оптимізації.

Література основна: 1, 4.

Література додаткова: 1-19

Заняття 2

1. Інформаційний копірайт.
2. Наповнення інтерфейсу сайту

Література основна: 1, 4.

Література додаткова: 1-19

МОДУЛЬ III. Технології виробництва та просування інтернет-контенту Практичне заняття 7- 8. Механізми якісного контенту на сайті WIX (4 год.)

Заняття 1

1. Поняття мультимедійного контенту блогу.
2. Технології створення мультимедійного контенту власного блогу: інформаційне наповнення.
3. Галузі розповсюдження мультимедійного контенту різних типів та жанрів. Наповнення платформ

Література основна: 1, 4.

Література додаткова: 1-19

Заняття 2

1. Специфіка створення інфографічних елементів контенту сайту.
2. Наповнення сайту на конструкторі WIX.

Література основна: 1, 4.

Література додаткова: 1-19

Практичне заняття 9-10. Механізми просування мультимедійного контенту на WIX (4 год.)

Заняття 1

1. Технології просування та поширення мультимедійного контенту.
3. Роль та специфіка мультимедійного контенту у соціальних мережах та на сайтах WIX .

Література основна: 1, 4, 5

Література додаткова: 11, 15, 16.

Заняття 2

1. Феномен візуального контенту та його види.
2. Інфографіка як вид візуалізації
3. Створення власної інфографіки для сайту

Література основна: 1, 4, 5

Література додаткова: 1-19

3. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	
		кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть Балів	Кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів
Відвідування лекцій	1	2	2	-	-		
Відвідування практичних занять	1	2	2	4	4	4	4
Робота на практичному занятті	10	2	20	4	40	4	40
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	-	-	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
Разом:		59		69		74	
Максимальна кіл-ть балів	202						
Розрахунок коефіцієнта	202/60=3,37						

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

МОДУЛЬ I БАЗОВІ ЗАСАДИ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ

Завдання 1: Проаналізувати актуальні тренди сучасного медіа середовища. Визначити технологічні чинники трансформації інтернет-контенту. З'ясувати соціокультурні та економічні чинники змін в інтернет-контенті – 5 б.

Завдання 2: Сформулювати роль візуальності у формуванні соціокультурної ідентичності сучасної людини та її презентації / самопрзентації у світі. Проаналізувати сучасну візуальну продукцію з точки зору «людини слуху» та «людини зору». Визначити специфіку візуалізації оффлайн та онлайн реальності – 5 б.

МОДУЛЬ III. ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ- КОНТЕНТУ

Завдання: Створити журналістський інформаційний блог, наповнити його не менше ніж 15 власними матеріалами – 5 б.

6.3 Критерії оцінювання самостійної роботи

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «**Теорія і практика новітніх медій: Виробництво та просування мультимедійного контенту**» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок.

Перевірка самостійно виконаних завдань здійснюється на контрольній модульній роботі.

Критерії оцінювання відповіді:

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

6.4 Форми проведення семестрового контролю та критерії їх оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з дисципліни «**Теорія і практика новітніх медій:**

Виробництво та просування мультимедійного контенту» відбувається на

іспиті, з урахуванням зароблених можливих 60 балів протягом семестру та 40 балів на іспиті.

Форма проведення семестрового контролю – іспит.

Завдання на МКР

Курс обумовлює виконання студентом трьох модульних контрольних робіт по 25 балів за кожну.

Перший рівень – тестовий, який оцінюється у 10 балів (по 1 балу за правильну відповідь); другий рівень – відкрите завдання, що оцінюється у 15 балів. Другий рівень – завдання творче, що акцентує увагу на творчих та практичних здібностях студента (розробити модель сайту, зробити наповнення тощо).

МКР 1 має 10 тестових завдань та одне відкрите завдання: Напишіть мультимедійне інтерв'ю, завантажте його у мережу.

МКР 2 має 10 тестових завдань та одне відкрите завдання: У конструкторі Mobyrise побудуйте сайт, що міститиме не менше 5 авторських матеріалів на одну із запропонованих тематик: - фешн тематика; - кулінарна тематика; - культурна тематика;- зоотематика.

МКР 3 має 10 тестових завдань та одне відкрите завдання: - Здійсніть підготовку сайту (його частини)опублікувавши не менше 5 власних авторських матеріалів на платформі WIX.

6.4. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Надайте визначення поняття «контент» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
2. Проінтерпретуйте мультимедійний -контент як фактор культурної мобільності юзера.
3. Окресліть типологі мультимедійного контенту
4. Класифікуйте медіапродукти за типологічними характеристиками.
5. Класифікуйте мультимедійний -контент за видами.
6. Охарактеризуйте варіативність запитів на контент в контексті теорії поколінь.
7. Охарактеризуйте феномен мультизадачної аудиторії.
8. Охарактеризуйте феномен «споживання інформації»
9. Охарактеризуйте явище інфографіки в контенті.
10. Визначте основні риси унікального контенту.
11. Визначте основні риси неякісного контенту. Поясніть специфіку рерайту.
12. Опишіть візуалізацію як основний чинник мультимедійного жанру.
13. Охарактеризуйте гіпертекстуальність.
14. Охарактеризуйте створення мультимедійного контенту як особливий вид діяльності в медіа середовищі
17. Охарактеризуйте специфіку використання мультимедійного контенту в сучасному культурному середовищі
18. Охарактеризуйте способи та особливості споживання цифрового контенту
19. Визначити риси контенту для блогів.
20. Визначити сутнісні риси контенту соціальних мереж.

21.. Охарактеризуйте твіт-контент та контент віртуальної реальності.

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

7. Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 90 год., з них: лекційні – 4 год., практичні – 20 год., модульний контроль – 6 год., самостійна робота – 30 год.

Тиждень	I	II		III	IV	V
Модулі	Модуль I. Базові засади мультимедійного контенту			Модуль II. Типологія мультимедійного контенту		Модуль III. Технології виробництва та просування інтернет-контенту
Лекції	1			2	3	7
Дати						
Теми лекцій	Поняття контенту. Його види та типи. Візуальна складова як провідний складник мультимедійного					

	контенту -2 б.				
Теми практичних занять	Трансформація сучасного користувача: вивчення потреб – 11 б.	Контент-запити: жанрові специфіки – 11 б.	Типологічні характеристики мультимедійного контенту. Механізми створення. Mobyrise 22 б.	Специфіка створення унікального мультимедійного контенту. Mobyrise. – 22 б.	Механізми якісного контенту на сайті WIX – 22 б. Механізми просування мультимедійного контенту на WIX – 22 б.
Самостійна робота	Поняття контенту. Його види та типи. Візуальна складова як провідний складник мультимедійного контенту - 5б.	Контент-запити: жанрові специфіки -5 б.			Механізми створення мультимедійного контенту власного блогу - 5 б.
Види поточної контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)		Модульна контрольна робота 2 (25 балів)		Модульна контрольна робота 3 (25 балів)
Підсумковий контроль	Іспит				

8. Рекомендовані джерела

Основна

1. Бойд Ендрю Ефірна журналістика : технологія виробництва ефірних новин. – К., 2007. – 430 с.
2. Больц Н. Азбука медиа. – М.: Издательство «Европа», 2011. – 136 с.
3. Вінтонів Х. Порівняльний аналіз веб-сайтів українських організацій у Канаді. Вісник Книжкової палати. - Київ : КПУ, 2014. – №10 (219). - С. 50-51.
4. Горошко Е. Влияние социальных медиа на коммуникативные процессы / Е.И. Горошко // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Философия. Социология». – Симферополь, 2010. – Том 23 (62). – №3. – С. 111–117.
5. Гоян В. Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми : посібн. для студентів. – К.,2001.
6. Дмитрів Л Якість текстового контенту сайту з погляду редактора [Текст] Вісник Книжкової палати. - Київ : КПУ, 2014. - № 9. - С. 10-12.
7. Журналістика : словник-довідник / уклад. І. Л. Михайлин. - Київ : Академвидав, 2013. - 317 с., [3] с. - (Nota bene). - Алф. покажч.: с. 303-317. -
8. Захарченко А. Інтернет-медіа : інтерактивний навчальний посібник. / А. Захарченко. – Тернопіль, «Крок». – 2014. – 198 с.
9. Екгард Л. Блоггерство – громадянська журналістика чи чутки / Л.В. Екгард // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. – 2010. – С. 220-223.
10. Кісса Ю. Блоги – це неформальна журналістика [Електронний ресурс] / Ю. Кісса // Режим доступу до джерела : (<http://www.personal-trening.com/blog>)
11. Кіхтан В. Інформаційні технології в журналістиці / В. В. Кіхтан. – Ростов н/Д : Фенікс, 2004. – 160 с.
12. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора в нових ЗМІ / Р. Крейг ; пер. з англ. А. Іщенко. – К. : Вид. дім «Києво-Могилян. акад.», 2007. – 324 с.
13. Кузнецова О. Ідентичність блога і ЗМІ / О. Кузнецова. // Теле- та радіожурналістика. – 2013. – Вип. 12. – С. 117-123.
14. Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / Центр вільної преси, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики ; ред.: Р. Блюм [и др.]. - Київ : [б. в.], 2001. - 302 с.
15. Матвеева 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» / С.А. Матвеева. – Донецьк, 2006. – 21 с.
16. Міждисциплінарні дослідження масової комунікації: проблеми та перспективи [Текст] : програма Всеукраїнської науково-практичної конференції, 25 квітня 2017 року / Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. - Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2017. - 19 с.
17. Потятиник Б. Інтернет-журналістика [Електронний ресурс] / Б.В. Потятиник. – Львів : ПАЇС, 2011.

18. Піскозуб Л Структура рекламного контенту веб-сайтів Поліграфія і видавнича справа. - Львів, 2017. - №1. - С. 209-212.

19. Стівенс М. Виробництво новин : телебачення, радіо, інтернет / М.Стівенс – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

20. Срібляк І. В. Зарубіжна мас-медіа: виникнення, особливості функціонування, основні тенденції розвитку (XVII- XX ст.) [Текст] : навчальний посібник для студ. Могилянської школи журналістики НаУКМА / І. В. Срібняк, М. Г. Палієнко ; Науково-дослід. центр орієнталістики імені Омеляна Пріцака Нац. ун-ту "Києво-Могилянська академія". - Київ : [б. в.], 2011. - 151 с. - Библиогр.: с. 148-150

21. Різун В. В. Маси [Текст] : тексти лекцій Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. - Київ : Київський університет, 2003. - 116 с.

22. Удріс, Н. С. Візуалізація рекламних образів в умовах крос-культурної комунікації Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів [Текст] : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 лист. 2014 р.- С .216-222.

23. Чайка І. Карнавальні аспекти політичного ток-шоу: соціально-філософський аналіз [Електронний ресурс] / І.Ю. Чайка // Гілея : науковий вісник : Збірник наукових праць. – К., 2010. – Вип. 34. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_34/Gileya34/F13_doc.pdf

24. Шутяк Л. Діалог як іманентна властивість ток-шоу [Електронний ресурс] / Л. Шутяк // Медіакритика. – 2010. – 02. – 18. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/dialoh-yak-imanentna-vlastyvist-tok-shou.html>.

Додаткова

1. Житарюк М.Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство. – Львів, 2008. – 416 с.

2. Вайшенберг З. Новинна журналістика : Навчальний посібник / За заг. ред. В.Ф. Іванова. – К. : Академія української преси, 2011. – 262 с.

3. Досенко А. К. Електронні щоденники як одиниці соціальних комунікацій – К, КиМУ. 2012. – 220с.

4. Квіт С. Нові медіа. Масові комунікації [Електронний ресурс] / С. М. Квіт // Режим доступу до джерела : http://libfree.com/199901197_zhurnalistikanoi_mediya.htmlhttp://libfree.com/199901197_zhurnalistikanoi_mediya.htm

5. Досенко А. К Медійність блогів Генеза ідей та динаміка розвитку соціальних комунікацій. – К.: 2011 – С. 84-136

6. 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.

7. Досенко А. К Питально-відповідні конструкції як засіб діалогізації тексту електронного щоденника (блога) Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского: Серия “Филология.

Социальные коммуникации”. – Симферополь, 2010. – Т. 23 (62). – № 2. – Ч. 1. – С. 339–345.

8. Досенко А. К Клоакінг як мережевий процес // Діалог: Медіа-студії. – Одеса: «Астропринт», - 2010. – С. 390-39

9. Досенко А. К Мережеві сервери та їх місце у соціальних комунікаціях // Світ соціальних комунікацій. – Т. 4. – К., 2011. С 83 – 86

10. Досенко А. К Генедрні ознаки комунікації у блогах як вияв психолінгвістичних характеристик блогерів // Світ соціальних комунікацій – Т.7 - К., - 2012- С. 105 – 108

11. Досенко А. К Аматорські медіа завантаження як один із факторів розвитку сучасних мережевих комунікативних процесів // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник - К., 2014. – Т. 56. – С. 156 - 160

12. /Досенко А. К Блогінг як платформа для прихованої реклами // Держава та регіони. Серія: соціальні комунікації. - № 3. - 2015. - С. 100-104

13. Досенко А. К Дигітальні жанри інтернет-журналістики: тенденції функціонування // Вестник современной науки. – Волгоград. – № 2. – 2016. – С.27-31.

14. Досенко А. К Конотація мережі // Держава і регіони: Серія “Соціальні комунікації”. – Запоріжжя, 2016 - № 6. – С. 118 – 122.

15. Досенко А. К Блоги і традиційні медіа: аналіз співіснування // Образ. – Суми. – Вип 27 . – С. 111-119

16. Досенко А. К. Блогінг і громадська журналістика: зона дифузності // Держава і регіони: Серія “Соціальні комунікації”. – Запоріжжя, 2018 - № 1. – С. 12 – 18.

17. Досенко А. К. становлення інтернет-журналістики в Україні: специфіка. Умови розвитку. // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. і. Вернадського. Серія: філологія. Соціальні комунікації. – Том 28 (67). - № 1 . – Київ. – 2017. С. 53-58.

18. Досенко А. К Етика аматорських інтернет-медіа: соціальнокомунікацій підхід // Соціальні комунікації: теорія і практика. - № 3. – 82016.- С. 47-53

19. Досенко А. К. Стрімінг як соціальнокомунікативний процес // Держава та регіони. Серія: соціальні комунікації. - № 2. - 2017. - С. 129-133.