

Київський університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики
Кафедра міжнародної журналістики



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов
2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Медіавиробництво: Виробництво інтернет-контенту
для студентів

спеціальності 061 «Журналістика»

освітнього рівня другого (магістерського)

освітньої програми: 061.00.04 «Медіакомунікації»

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

Пр. № 3449/23
(підпис) _____
(прізвище, ім'я) _____
« _____ » _____ 2023

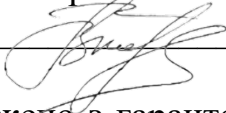
Київ – 2023

Розробники: Досенко Анжеліка Костянтинівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри міжнародної журналістики

Викладач: Досенко Анжеліка Костянтинівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри міжнародної журналістики

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри міжнародної журналістики

Протокол від 1 лютого 2023 р. № 6

Завідувач кафедри  Віталій ТЕРЕЩУК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми «Журналістика» «Медіакомунікації»

31 січня 2023р.

Гарант освітньої програми  Ніна ЗРАЖЕВСЬКА

Робочу програму перевірено

1 лютого 2023 р.

Заступник декана Факультету журналістики  Вікторія СОШИНСЬКА

Пролонговано:

на 20___/20___ н.р. _____ (______). «___» _____ 20___ р. , протокол № _____

підпис (П.І.Б)

на 20___/20___ н.р. _____ (______). «___» _____ 20___ р. , протокол № _____

підпис (П.І.Б)

на 20___/20___ н.р. _____ (______). «___» _____ 20___ р. , протокол № _____

підпис (П.І.Б)

на 20___/20___ н.р. _____ (______). «___» _____ 20___ р. , протокол № _____

підпис (П.І.Б)

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формою навчання	
	Денна	заочна
Виробництво інтернет-контенту		
Вид дисципліни		обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання		українська
Загальний обсяг кредитів/годин		90
курс		1
Семестр		1
Кількість змістових модулів з розподілом:		3
Обсяг кредитів		3
Обсяг годин, у тому числі:		
аудиторних		12
Модульні контрольні		
Семестровий контроль		
Самостійна робота		78
Форма семестрового контролю		Комплексний іспит

2. Мета і завдання навчальної дисципліни

Робоча програма навчальної дисципліни «**Виробництво інтернет-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 «медіа-комунікації» заочної форм навчання.

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 «**Основи виробництва медіапродукту: Виробництво інтернет-контенту**»,

необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Мета курсу – ознайомити студентів з теоретичними засадами та основними технологіями виробництва інтернет-контенту.

Завдання курсу:

- сформувавши у студентів техніку 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.

1. 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 уміти:

- 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: **ЗК-1** Здатність до комплексно розв'язання проблем. **ЗК 3** Здатність до креативності. **ЗК-8** Здатність до задоволення потреб медіаспоживачів. **ЗК-9** Здатність до комунікацій.

ФК-2 Знаходити відповідні теми та ракурси, враховуючи поточні події та контекст.; **ФК-3** Організовувати та планувати журналістську роботу.; **ФК-5** Виявляти основну/необхідну інформацію. **ФК-6** Подавати інформацію у відповідній журналістській формі.; **ФК-7** Нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності). **ФК -8** **ФК -9** Виступати у ролі журналіста-підприємця (розуміти економічні основи

професії, ринкові можливості тощо).

Програмні результати навчання:

ПРН-5 В умовах виробничої діяльності різновимірно бачити й аналізувати текст і медійний продукт, оцінювати їх з використанням соціокультурних, етнологічних та етнопсихологічних критеріїв; інтерпретувати актуальні явища (у т. ч. фейкові новини, інформаційні атаки, маніпулювання та ін.) масової комунікації для широкої аудиторії, підвищувати рівень її медіа грамотності;

ПРН-9 В умовах виробничої діяльності на основі розуміння соціальної дійсності та управлінської діяльності, знань форм та механізмів управління різноманітними явищами та процесами уміти знаходити оптимальні рішення у процесі виробництва медійного продукту;

ПРН-10 Використовуючи знання та ефективно діяти на всіх етапах проектування, організації і створення журналістських матеріалів та наукових розробок.

ПРН 11 В умовах професійної діяльності на основі зібраної інформації та її аналізу прогнозувати тренди медіа ринку та опанувати інноваційні методи роботи.

ПРН-13 Здатність до системного мислення у професійній журналістській діяльності.

ПРН 18 На основі здобутих знань вміти організовувати роботу редакції в різних типах ЗМІ; володіти технологіями редагування текстів для друкованих ЗМІ, телефірів, вебсайтів; управляти контентом соціальних мереж.

4. Структура навчальної дисципліни. с

4.1. Тематичний план для заочної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семинари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І Явище мережевого контенту							
Тема 1 Поняття інтернет-контенту.	12	2					10

Тема 2 Типологія та жанрові форми контенту.	12		2				10
Тема 3 Формування структури сайту.	12			2			10
Разом за змістовий модуль I	36		4	2			30
Змістовий модуль 2. Жанрове наповнення сайту							
Тема 4. Наповнення сайту. TILDA	12			2			10
Тема 5 Наповнення сайту. Снековий контент	12			2			10
Разом за змістовий модуль II	24			4			20
Змістовий модуль 3. Технології а просування інтернет-контенту							
Тема 7. Управління інтернет-контентом. WIX	10						10
Тема 8. Механізми інформаційного управління крізь контент. WIX	12			2			10
Тема 9: Розробка та презентація власного проекту	8						8
Разом за змістовий модуль III	30			2			28
Разом з дисципліни	90		4	8			78

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І ЯВИЩЕ МЕРЕЖЕВОВОГО КОНТЕНТУ

Лекція 1. Поняття інтернет-контенту (2 год.).

Структурні характеристики медіа середовища як відкритої системи.
Поняття інтернет-контенту. Синонімічний ряд поняття інтернет-контенту.

Сутнісні риси інтернет-контенту.

Література основна: 1, 3.

Література додаткова: 2, 3, 6, 8.

Лекція 2. Типологія та жанрові форми контенту.

Поняття дигітальних жанрів. Їх засновники та специфіка. Класифікація за типами та видами. Синхронізація з традиційними. Явище інформаційної дифузності.

Література основна: 1, 3.

Література додаткова: 2, 3, 6, 8.

Практичне заняття 1. Формування структури сайту (2 год.).

Заняття 1

1. Види інтернет-контенту.
2. Поняття та типи конструкторів.
3. Можливі механізми створення власного сайту.
4. Конструювання сайту

Література основна: 1, 3.

Література додаткова: 5, 7, 8

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ ІІ ЖАНРОВЕ НАПОВНЕННЯ САЙТУ

Практичне заняття 2. Наповнення сайту. TILDA

1. Наповнення сайту.
2. Конструктор TILDA як один із провідних.
3. Механізми роботи з ним. Нюанси використання та впровадження.

4. Конструювання сайту TILDA

Література основна: 1, 3., 5

Література додаткова: 12, 15, 17

Практичне заняття 3. Наповнення сайту. Снековий контент

1. Написання контенту сайту на конструкторі TILDA.
2. Конструювання сайту TILDA

Література основна: 1, 3., 5

Література додаткова: 12, 15, 17

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III. ТЕХНОЛОГІЇ А ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-КОНТЕНТУ

Практичне заняття 4 Механізми інформаційного управління кризь контент.

(2год.).

Заняття 1

1. Поняття мультимедійного контенту.
2. Технології створення мультимедійного контенту.
3. Сфери поширення мультимедійного контенту.

Література основна: 1, 2, 5.

Література додаткова: 15. 18

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість 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	2	2	-	-	-	-
Відвідування практичних занять	1	1	1	2	2	1	1
Робота на практичному занятті	10	1	10	2	20	1	10

Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	2	10	3	15
Разом:			28		32		26
Максимальна кількість балів	86						
Розрахунок коефіцієнта	$86:60=1,43$						

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I ЯВИЩЕ МЕРЕЖЕВОГО КОНТЕНТУ

Тема 1 Поняття інтернет-контенту.

Завдання:

Проаналізувати актуальні тренди сучасного медіа середовища. Визначити технологічні чинники трансформації інтернет-контенту. З'ясувати соціокультурні та економічні чинники змін в інтернет-контенті.

Тема 2 Типологія та жанрові форми контенту.

Завдання:

Сформулювати роль візуальності у формуванні соціокультурної ідентичності сучасної людини та її презентації / самопрезентації у світі. Проаналізувати сучасну візуальну продукцію з точки зору «людини слуху» та «людини зору».

Визначити специфіку візуалізації оффлайн та онлайн реальності

Тема 3 Формування структури сайту.

Завдання:

Проаналізувати існуючий конструктор Wordpress.

Надати характеристику, промоніторити частотність створення сайтів на ньому.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II ЖАНРОВЕ НАПОВНЕННЯ САЙТУ

Тема 6. Наповнення сайту. TILDA

Завдання1: Створити унікальний контент для власного сайту з використанням таких жанрових матеріалів:

- Аналітична стаття
- лонгрід

Тема 5 Наповнення сайту. Снековий контент

Завдання1: Створити унікальний контент для власного сайту з використанням таких жанрових матеріалів:

- сторітелінг

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III. ТЕХНОЛОГІЇ А ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-КОНТЕНТУ

Тема 7. Управління інтернет-контентом. WIX

Завдання:

Створити журналістський мультимедійний контент а конструкторі **WIX**. Заповнити його матеріалами на власний розсуд. Додати мультимедійне інтерв'ю

Тема 8. Механізми інформаційного управління кризь контент. WIX

1. Функції неунікального інтернет-контенту.
2. Специфіка генерації унікального / неунікального інтернет-контенту.
3. SEO-оптимізація.

Література основна: 1, 4.

Література додаткова: 3,9

Тема 9: Розробка та презентація власного проекту

На одному із запропонованих конструкторів розробити власний проект. Презентувати.

Література основна: 1, 4.

Література додаткова: 12, 17, 19

6.3 Критерії оцінювання самостійної роботи

Виробництво інтернет-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.

6.5 Орієнтовний перелік питань до іспиту

1. Надайте визначення поняття «контент» та охарактеризуйте його сутнісні

риси.

2. Класифікуйте медіапродукт за видами.

3. Охарактеризуйте варіативність запитів на контент в контексті теорії поколінь.

4. Охарактеризуйте феномен «споживання інформації» («інформаційний

фастфуд»).

5. Визначте основні риси якісного контенту.

6. Надайте визначення поняття «мультимедійний контент».

7. Визначте основні характеристики мультимедіа.

8. Охарактеризуйте створення мультимедійного контенту як особливий вид

діяльності в медіа середовищі.

9. Охарактеризуйте специфіку використання мультимедійного контенту в сучасному культурному середовищі.

10. Охарактеризуйте принципи структурування контенту.

11. Надайте визначення поняття «гіпертекст» та охарактеризуйте його сутнісні риси.

12. Охарактеризуйте особливості відеоконтенту.

13. Охарактеризуйте види та типи контенту в конструкторі сайту.

14. Охарактеризуйте поняття «шнековий контент». Поясніть його специфіку.

15. Охарактеризуйте актуальні стратегії впровадження та розповсюдження контенту

16. Охарактеризуйте конструктори сайтів як платформи для контенту

17. Охарактеризуйте твіт-контент.

18. Опишіть специфіку контенту віртуального середовища.

19. Визначити сутнісні риси контенту для блогів .

20. Дайте характеристику диджиальним жанрам як провідній жанровій групі мережевого контенту.

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 – 8 год., самостійних робіт 78 год.

Тиждень	I	II	III		IV	V
Модулі	ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ Явище мережевого контенту I		Змістовий модуль II Жанрове наповнення сайту		Змістовий модуль III. Технології а просування інтернет- контенту	
Лекції	1		3		3	4
Дати						
Теми лекцій	Тема 1 Поняття інтернет- контенту. 1 б	Тема 2 Типологія та жанрові форми контенту. 1 б				
Теми семінарських занять	Тема 3 (2 год) Формування структури сайту. 11 б.	.	Тема 4. (2 год) Наповнення сайту. TILDA.- 11 б.	Тема 5 Наповнення сайту. Снековий контент (2 год) 11. б	Тема 8. Механізми інформаційного управління кризь контент. WIX (2 год) 11 б	
Самостійна робота	Тема 1 Поняття інтернет-контенту. 5 б Тема 2 Типологія та жанрові форми контенту. 5 б	Тема 3 Формування структури сайту. 5 б	Тема 4. Наповнення сайту. TILDA 5 б	Тема 5 Наповнення сайту. Снековий контент 5 б	Тема 7. Управління інтернет-контентом. WIX 5 б	Тема 8. Механізм і інформаційного управління кризь контент. WIX 5 б Тема 9: Розробка та презент

						ація власног о проекту 5 б
Підсум ковий контро ль	Комплексний іспит					

8. Рекомендована література Основна (базова)

1. Бойд Ендрю Ефірна журналістика : технологія виробництва ефірних новин. – К., 2007. – 430 с.
2. Гоян В. Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми : посібн. для студентів. К.,2001.
3. Градюшко, О. О. Комунікативні характеристики сервісу Twitter у регіональному медіа-просторі Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів [Текст] : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 лист. 2014 р., м. Київ. - С .138-146
4. Захарченко А. Інтернет-медіа : інтерактивний навчальний посібник. Тернопіль, «Крок». 2014. 198 с.
5. Колечкіна, Л. М. Перспективи розвитку соціальних комунікацій. Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів [Текст] : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 лист. 2014 р., м. Київ С .40-48.
6. Кісса Ю. Блоги – це неформальна журналістика URL <http://www.personal-trening.com/blog>)
7. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора в нових ЗМІ К. : Вид. дім «Києво-Могилян. акад.», 2007. 324 с.
8. Кузнецова О. Ідентичність блога і ЗМІ Теле- та радіожурналістика. 2013. Вип. 12. С. 117-123.
9. Лисиця, Н. М. Крос-культурні особливості рекламної комунікації Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів [Текст] : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 лист. 2014 р., м. Київ. - С .193-200
10. Макарова, М. В. Реалізація демократичного врядування за допомогою Інтернету як інструмента соціальних комунікацій державної влади / Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів [Текст] : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 лист. 2014 р., м. Київ. - С .55-65.
11. Масімова Л Г. Інтертекстуальність візуального тексту мас-медіа Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі:

міжконтинентальний діалог інтелектуалів [Текст] : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 лист. 2014 р., м. Київ. - С .65-71

12. Ольховик, М. В. Роль інтернет-видань у формуванні сучасної дійсності: лінгвокультурологічний аспект (на матеріалах чернігівських періодичних інтернет-видань) / Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів [Текст] : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 лист. 2014 р., м. Київ. - С .201-206

13. Потятиник Б. Інтернет-журналістика Львів : ПАІС, 2011, 267с .

14. Стівенс М. Виробництво новин : телебачення, радіо, інтернет К. : 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. – К., 2010. – Вип. 34. – URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_34/Gileya34/F13_doc.pdf33

16. Шевченко, В. Е. Способи візуалізації журналістської інформації Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів [Текст] : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 лист. 2014 р., м. Київ.. С .114-124.

17. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики Київ : Академія Української Преси ; 2014. - 357 с.

18. Шутяк Л. Діалог як іманентна властивість ток-шоу Медіакритика. – 2010. – 02. – 18. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/dialoh-yak-imanentna-vlastyvist-tok-shou.html>.

19. Рябічев В. Мультиплатформна концепція соціальних медіа. Крос-медіа: контент технології, перспективи : колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 33–38.

20. «Смартфон став пультом управління життям» – погляд Дмитра Шоломка (Google Ukraine) на сучасні тренди в мобайлі. Мобільний маркетинг в Україні. 2016. URL: <http://www.mobilemarketing.com.ua/2016/05/18/smartfon-stav-pultom-upravlinnya-zhittiam-poglyad-dmitra-sholomk-google-ukraine-na-suchasni-trendi-v-mobajli/>

21. Нові можливості мобільної журналістики 2021 року URL <https://www.aup.com.ua/novi-mozhливosti-mobilnoi-zhurnalist/>

22. Пазюк Р. Мобілографія як інструмент кросмедійної журналістики. Крос-медіа: контент технології, перспективи : колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 125–129.

23. Тонкіх І.Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017 130 с

24. Agnihotri, R., Kothandaraman, P., Kashyap, R., & Singh, R. Bringing “social” into sales: The impact of Salespeople’s social media use on service behaviors and value creation. Journal of Personal Selling and Sales Management, 32(3),2012, 333–348.

25. Agnihotri, R., Trainor, K. J., Itani, O. S., & Rodriguez, M. Examining the role of sales-based CRM technology and social media use on post-sale service behaviors in India. *Journal of Business Research*, 81, 2017, 144–154
26. Ancillai, C., Terho, H., Cardinali, S., & Pascucci, F. Advancing social media driven sales research: Establishing conceptual foundations for B-to-B social selling. *Industrial Marketing Management*, 82, 2019, 293–308. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.01.002>.
27. Andersson, S., & Wikstrom, " NWhy and how are social media used in a B2B context, and which stakeholders are involved? *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32(8), 2017, 1098–1108.
28. Andzulis, J. M., Panagopoulos, N. G., & Rapp, A A review of social media and implications for the sales process. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 32 (3), 2012, 305–316
29. Shi J, Poorisat T, Salmon CT. The use of social networking sites (SNSs) in health communication campaigns: review and recommendations. *Health Commun* 2018 Jan;33(1):49-56
30. Moher D, Liberati A, Tetzlaff J, Altman DG. Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *PLoS Med* 2009 Jul 21;6(7)
31. Severina C. Strategic use of social media within business-to-business (B2B) marketing: A systematic literature review *Industrial Marketing Management*, №97 , 2021 pp. 35-58

Додаткова

1. Григорова З. Основи медіабізнесу [Електронний ресурс] : підручник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» / З. В. Григорова, О. А. Сухорукова, А. В. Кваско, Л. П. Шендерівська ; КПП ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 4,70 Мбайт). – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 323
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика : Навчальний посібник 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 URL: [http : //libfree.com/199901197_zhurnalistikanovi_mediya.html](http://libfree.com/199901197_zhurnalistikanovi_mediya.html)http://libfree.com/199901197_zhurnalistikanovi_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 Клоакінг як мережевий процес Діалог: Медіа-студії. – Одеса: «Астропринт»- 2010. С. 390-39

8. Досенко А. К Мережеві сервери та їх місце у соціальних комунікаціях Світ соціальних комунікацій. – Т. 4. – К., 2011 . С 83 – 86
9. Досенко А. К Генедрні ознаки комунікації у блогах як вияв психолінгвістичних характеристик блогерів Світ соціальних комунікацій – Т.7 К., 2012 С. 105 – 108
10. 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
11. Досенко А. К Блогінг як платформа для прихованої реклами Держава та регіони. Серія: соціальні комунікації. - № 3. 2015. С. 100-104
12. Досенко А. К Конотація мережі Держава і регіони: Серія “Соціальні комунікації”. Запоріжжя, 2016 - № 6. С. 118 – 122.
13. Досенко А. К Блоги і традиційні медіа: аналіз співіснування Образ. Суми. Вип 27. С. 111-119
14. Досенко А. К. Блогінг і громадська журналістика: зона дифузності Держава і регіони: Серія “Соціальні комунікації”. – Запоріжжя, 2018 - № 1. – С. 12 – 18.
15. 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.
16. Досенко А. К Етика аматорських інтернет-медіа: соціальнокомунікаційний підхід Соціальні комунікації: теорія і практика. - № 3. 2016.- С. 47-53
17. Досенко А. К. Стрімінг як соціальнокомунікативний процес Держава та регіони. Серія: соціальні комунікації. № 2. 2017. - С. 129-133
18. Шевченко В. Є. Конвергентність як основна ознака сучасних медіа Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко. К., 2017, 278 с