

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра журналістики та мовної комунікації

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан гуманітарно-педагогічного факультету

_____ Інна САВИЦЬКА
“ ____ ” _____ 20__ р.

“СХВАЛЕНО”

на засіданні кафедри журналістики
та мовної комунікації

Протокол № ____ від “ ____ ” _____ 20__ р.

Завідувач кафедри
_____ Світлана ХАРЧЕНКО

“РОЗГЛЯНУТО”

Гарант ОП «Журналістика»

_____ Світлана ХАРЧЕНКО

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Неожурналістика («Нові медіа»))»

Галузь знань – 06 Журналістика

Спеціальність 061 – Журналістика Освітня програма – Журналістика

Гуманітарно-педагогічний факультет

Розробник – кандидат наук соц.ком., доцент кафедри журналістики
та мовної комунікації Риженко Л. М.

Київ – 2025

1. Опис навчальної дисциплін «Неожурналістика («Нові медіа»)

»

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	бакалавр	
Спеціальність	061 Журналістика	
Освітня програма	Журналістика	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (якщо є в робочому навчальному плані)	—	
Форма контролю	іспит (7семестр, 4 курс)	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	денна форма навчання	скорочений термін навчання
Рік підготовки	4	-
Семестр	7	-
Лекції	15 год.	-
Практичні заняття	45 год.	-
Лабораторні заняття	—	-
Самостійна робота	90 год.	-
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	4 год.	-

1. Мета, завдання, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Мета курсу полягає у формуванні цілісного розуміння феномену «нових медіа» в контексті сучасної журналістики, їхніх особливостей, принципів функціонування та взаємодії з традиційними медіа; набуття теоретичних знань та практичних навичок зі створення, розповсюдження та аналізу мультимедійного контенту для різних цифрових платформ. Курс також має на меті розвиток критичного мислення щодо викликів цифрової епохи, таких як дезінформація та вплив штучного інтелекту.

Завдання курсу:

- Ознайомити студентів з понятійно-категоріальним апаратом нових медіа.
- Сформувати розуміння трансформації медіаіндустрії під впливом цифрових технологій та конвергенції.
- Розвинути навички створення різноформатного мультимедійного контенту (текст, аудіо, відео, графіка) для онлайн-платформ.
- Навчити використовувати сучасні цифрові інструменти та сервіси для журналістської діяльності.
- Сформувати здатність критично оцінювати інформацію, розпізнавати дезінформацію та маніпуляції.
- Виховати відповідальне ставлення до етичних та правових аспектів роботи в цифровому медіа-середовищі.
- Ознайомити з економічними моделями та перспективами розвитку нових медіа.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні:

знати:

- ключові поняття, характеристики та відмінності нових медіа від традиційних;
- принципи та особливості конвергентної журналістики;
- специфіку мультимедійного сторітеллінгу та створення контенту для різних платформ (веб-сайти, подкасти, відео, соціальні мережі);
- основні тенденції розвитку цифрової культури та їхній вплив на медіапродукти;
- можливості та виклики використання штучного інтелекту та Big Data в журналістиці;
- механізми поширення дезінформації та фейкових новин, а також методи протидії їм;
- економічні моделі функціонування нових медіа;
- правові (зокрема, авторське право) та етичні аспекти роботи в цифровому медіа-середовищі.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК):

здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій та створювати інформаційні продукти в системі нових медіа, включаючи сучасні підходи використання медійних технологій.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

.

спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

Програмні результати навчання:

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.

ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

2. Програма та структура навчальної дисципліни

Програма навчальної дисципліни «Копірайтинг»

Змістовий модуль 1. Основні поняття і принципи нових медій

Змістовий модуль 1. Основи нових медій та конвергентних медіа

Тема 1. Нові медіа: поняття, еволюція та відмінності від традиційних. Поняття "нові медіа". Основні характеристики: цифровізація, гіпертекстуальність, інтерактивність, мультимедійність, глобальність. Відмінності від традиційних медіа. Історія розвитку та ключові етапи цифрової революції.

Тема 2. Конвергентна журналістика та її принципи. Поняття медіаконвергенції. Принципи роботи конвергентних редакцій. Нові ролі журналістів у конвергентному середовищі. Інтеграція платформ та форматів.

Тема 3. Мультимедійний контент: створення та особливості. Поняття мультимедійного тексту. Методи та прийоми створення мультимедійних матеріалів (текст, фото, відео, аудіо, інфографіка). Поняття лонгридів. Особливості сторітеллінгу в мультимедійному середовищі.

Тема 4. Веб-сайти як платформи нових медіа. Чинники, що впливають на успіх інформаційних веб-сайтів. Оптимізація для пошукових систем (SEO).

Тема 5. Електронні ЗМІ та їх сервіси. Перелік сервісів сучасних електронних ЗМІ. Програмне забезпечення для створення та управління електронними медіа.

Тема 6. Роль соціальних медіа та месенджерів у нових медіа. Соціальні медіа як канали дистрибуції та джерела інформації. Взаємодія з аудиторією через соціальні платформи. SMM-стратегії для медіа.

Тема 7. Подкастинг та аудіо-контент в нових медіа. Поняття подкастингу. Формати подкастів, особливості створення аудіорозповіді. Дистрибуція та просування подкастів.

Тема 8. Відеоконтент та стрімінг у нових медіа. Особливості створення відеоконтенту для онлайн-платформ. Live-стрімінг, його роль та ефективність. YouTube як медіаплатформа.

Змістовий модуль 2. Виклики, технології та етика нових медіа

Тема 9. Штучний інтелект (ШІ) у нових медіа. Вплив ШІ та машинного навчання на процеси створення, дистрибуції та споживання контенту. Автоматизована журналістика, персоналізація. Етичні виклики застосування ШІ.

Тема 10. Дезінформація, фейкові новини та боротьба з ними. Роль нових медіа у суспільних процесах. Вплив на громадську думку, політичні протести, громадянські рухи. Явище "продюсера" (prosumer). Цифрова нерівність (digital divide). Поняття дезінформації, її механізми поширення в нових медіа. Феномен "фільтрувальних бульбашок". Методи фактчекінгу та верифікації інформації.

Тема 11. Економічні моделі функціонування нових медіа. Рекламна, підписна, спонсорська моделі. Вплив платформних бізнес-моделей на традиційні медіа. Економіка "довгого хвоста" (long tail).

Тема 12. Правові та етичні аспекти функціонування нових медіа. Майбутнє журналістики в епоху нових медіа. Закон України "Про медіа". Авторське право в цифрову еру. Захист персональних даних та конфіденційність. Етичні засади журналістської праці в мультимедійному середовищі. Трансформація ролі журналіста. Крос-медійні стратегії. Роль інфлюенсерів та мікроінфлюенсерів.

Структура навчальної дисципліни для:
повного терміну денної (заочної) форми здобуття вищої освіти

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							заочна форма						
	тиж ні	усьог о	у тому числі					усьог о	у тому числі					
			л	п	ла б	ін д	с.р .		л	п	ла б	ін д	с.р .	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Змістовий модуль 1. Основні поняття і принципи копірайтингу													
Тема 1. Нові медіа: поняття, еволюція та відмінності від традиційних.	1	4	2	2			6						
Тема 2. Конвергентна журналістика та її принципи	2	4		4			6						
Тема 3. Мультимедійний контент: створення та особливості.	3	4	2	2			6						
Тема 4. Веб-сайти як платформи нових медіа.	4	4		4			6						
Тема 5. Електронні ЗМІ та їх сервіси.	5	4	2	2			6						
Тема 6. Роль соціальних медіа та месенджерів у нових медіа.	6	4		4			6						
Тема 7. Подкастинг та аудіо-контент в нових медіа	7	4	2	2			6						
Тема 8. Відеоконтент та стрімінг у нових медіа	8	4		4			6						
Разом за змістовим модулем 1	8	32	8	24			48						
Змістовий модуль 2. Виклики, технології та етика нових медіа													
Тема 1. Штучний інтелект (ШІ) у нових медіа.	9		2	2									
Тема 2. Дезінформація, фейкові новини та боротьба з ними.	10			4			6						
Тема 3. Економічні моделі функціонування нових медіа			2	2									
Тема 4. Правові та етичні аспекти функціонування нових медіа.	11			4			6						
Тема 5. Майбутнє журналістики в епоху нових медіа	12	2	2	2			6						

Тема 6. Роль нових медіа у суспільних процесах.	14			4			6						
Тема 7. Трансформація ролі журналіста. Крос-медійні стратегії. Роль інфлюенсерів та мікроінфлюенсерів	15	2	2	2			6						
Разом за змістовим модулем 2	7	28	8	20			42						
Усього годин	150	60	30	30			90						
Курсовий проект (робота) з _____ _____ (якщо є в робочому навчальному плані)			-	-	-		-		-	-	-		-
Усього годин													

3. Темі практичних занять

№ з/п	Назва теми	К-сть год.
1.	Аналіз відмінностей нових медіа від традиційних та їхнього впливу на аудиторію.	2
2.	Практичне застосування принципів конвергентної журналістики.	4
3.	Створення мультимедійних історій: текст, фото, аудіо- та відеоелементи.	2
4.	Основи подкастингу: розробка ідеї, запис та монтаж аудіо-матеріалів	4
5.	Аналіз впливу Штучного Інтелекту на медіапроцеси.	2
6.	Методи розпізнавання та протидії дезінформації та фейковим новинам.	4
7.	Кейс-стаді: економічні моделі успішних нових медіа.	
8.	Роль інфлюенсерів та мікроінфлюенсерів у сучасному медіапросторі.	4
9.	Розробка крос-медійних стратегій для просування контенту.	2
10.	Трансформація ролі редактора в цифровій редакції: які нові компетенції потрібні.	4
11.	Феномен "фільтрувальних бульбашок". Теорія мережевого суспільства	2
12.	Методи фактчекінгу та верифікації інформації.	2
13.	Діджитал-розрив (digital divide): як нові медіа посилюють або долають соціальну нерівність у доступі до інформації та технологій	4
14.	Захист персональних даних та цифрова безпека в онлайн-медіа.	2
15.	Етичні засади журналістської праці в мультимедійному середовищі	4

	Усього	44
--	---------------	-----------

4. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	К-сть год.
1.	Дослідження світових та локальних тенденцій розвитку нових медіа.	6
2.	Еволюція "громадянської журналістики": ефективність та виклики.	6
3.	Сучасні моделі та стратегії монетизації в подкастингу	6
4.	Створення концепції електронного ЗМІ на засадах медіаконвергенції.	6
5.	Аналіз соціальних мереж в контексті сучасної комунікації	6
6.	Вивчення регуляторних заходів щодо захисту користувачів у нових медіа.	6
7.	Трансформація ролі журналіста в епоху III та Big Data.	6
8.	Етичні аспекти діяльності інфлюенсерів у нових медіа.	6
9.	Роль нових медіа у громадянських рухах та політичних протестах.	6
10.	Вербальна комунікація у нових медіях	6
11.	Аналіз впливу алгоритмів соціальних медіа на формування громадської думки.	6
12.	Методи протидії поширенню дезінформації та фейкових новин.	6
13.	Розвиток метавсесвіту та його потенційний вплив на майбутнє нових медіа.	6
14.	Юридичні аспекти функціонування нових медіа: авторське право, захист честі та гідності.	6
15.	Діджитал-розрив: шляхи подолання соціальної нерівності у доступі до інформації.	6
	Усього	90

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ З КУРСУ «НЕОЖУРНАЛІСТИКА (НОВІ МЕДІА)»

- Критичний аналіз впливу алгоритмів соціальних медіа на формування громадської думки та поляризацію суспільства.
- Поняття дезінформації в контексті нових медіа. Які механізми сприяють поширенню фейкових новин, і як цьому протидіяти?
- Розгляньте економічні моделі функціонування нових медіа. Які виклики постають перед традиційними медіа в умовах домінування платформних бізнес-моделей?

4. Проаналізуйте феномен "фільтрувальних бульбашок". Як вони впливають на плюралізм думок та інформаційне споживання?
5. Проаналізуйте теорію інформаційного суспільства М.Кастельза.
6. Проаналізуйте як штучний інтелект та машинне навчання змінюють процеси створення, дистрибуції та споживання контенту в нових медіа.
7. Дослідіть роль нових медіа у громадянських рухах та політичних протестах. Наведіть приклади та проаналізуйте їхню ефективність.
8. Приватність даних та цифрова безпека у нових медіа: які існують загрози та які регуляторні заходи вживаються для захисту користувачів?
9. Майбутнє журналістики в епоху нових медіа: які трансформації відбуваються з роллю журналіста, форматами подачі інформації та джерелами фінансування?
10. Імпакт нових медіа на психологічне здоров'я індивідів: розгляньте проблеми залежності, тривожності та соціальної ізоляції.
11. Крос-медійні стратегії та мультиплатформна дистрибуція контенту: як медіаорганізації адаптуються до потреб сучасної аудиторії?
12. Регулювання нових медіа: чи потрібне воно, і які виклики постають перед державами у спробах контролювати цифрову інформацію?
13. Вплив нових медіа на освіту та процеси навчання: які нові можливості відкриваються, і які виникають виклики?
14. Проаналізуйте концепцію "продюсера" (prosumer) – споживача, який також є творцем контенту. Як це змінює традиційні ролі в медіа?
15. Роль віртуальної та доповненої реальності у майбутньому нових медіа: які перспективи та обмеження їхнього застосування?
16. Діджитал-розрив (digital divide): як нові медіа посилюють або долають соціальну нерівність у доступі до інформації та технологій? Копірайтинг як вид фахової діяльності.
17. Вербальна комунікація у нових медіях.
18. Психологічні та соціопсихологічні основи сприйняття читачем текстового та графічного повідомлення.
19. Еволюція "громадянської журналістики": наскільки ефективною вона є у сучасних умовах та які виклики стоять перед її розвитком?
20. Проаналізуйте роль інфлюенсерів та мікроінфлюенсерів у нових медіа як нових акторів інформаційного простору. Які етичні аспекти їхньої діяльності?
21. Big Data та аналітика користувацької поведінки впливають на персоналізацію контенту та таргетовану рекламу в нових медіа. Розгляньте переваги та ризики.
22. "Довгий хвіст" (long tail) в нових медіа: як цифрові платформи дозволяють поширювати нішевий контент та знаходити свою аудиторію?
23. Гейміфікація у нових медіа: як ігрові елементи використовуються для залучення аудиторії та поширення інформації?
24. Інтерактивність контенту в нових медіа: які форми вона набуває (наприклад, вікторини, опитування, вибір сюжету) і як впливає на споживання інформації?
25. Проблеми цензури та самоцензури в нових медіа, особливо в авторитарних режимах. Які механізми їх подолання існують?
26. Ефект "ехо-камер" як наслідок алгоритмічної персоналізації: які його соціальні та політичні наслідки?
27. Медіаграмотність у нових медіях: чому вона є критично важливою, і які існують підходи до її підвищення серед населення?
28. Феномен "клікбейту": його вплив на якість інформації та довіру до медіа.
29. Роль "фактчекінгу" та верифікації інформації в умовах надмірного поширення дезінформації в нових медіа.
30. Трансформація ролі редактора в цифровій редакції: які нові компетенції потрібні?
31. Вплив подкастів та аудіо-контенту як форми нових медіа на інформаційний

ландшафт.

32. Юридичні аспекти функціонування нових медіа: авторське право, захист честі та гідності, відповідальність за поширення інформації.
33. Розвиток метавсесвіту та його потенційний вплив на майбутнє нових медіа та способи взаємодії з контентом.

Зразок екзаменаційного білета

ОКР «Бакалавр» Спеціальність «Журналістика»	Кафедра журналістики та мовної комунікації	ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 21 з дисципліни «Нові медіа»	ЗАТВЕРДЖУЮ Завідувач кафедри С.В. Харченко Протокол № від 202_
Екзаменаційні питання 1. Оцініть переваги подкастів як форми нових медіа. 2. Поясніть, як змінюється роль журналіста в умовах конвергентного середовища. Тестові завдання 1. Завдання 1 Яке з наведених понять найкраще описує процес злиття традиційних та цифрових медіа-платформ, що призводить до створення нових форм контенту та способів його розповсюдження? а) Диджиталізація б) Конвергенція медіа в) Гіпертекстуальність г) Інтерактивність Завдання 2 Яка характеристика нових медіа дозволяє користувачам не лише споживати контент, а й брати активну участь у його створенні та поширенні? а) Глобальність б) Нелінійність в) Інтерактивність г) Мультимедійність Завдання 3 Який термін означає явище, коли користувачі соціальних мереж та онлайн-платформ створюють та поширюють великі обсяги інформації, яка може бути не перевіреною або неправдивою? а) Медіаконвергенція б) Дезінформація (фейкові новини) в) Редакторський контроль г) Професійна журналістика Завдання 4 Яка з технологій найбільш суттєво впливає на автоматизацію створення контенту, персоналізацію новинних стрічок та аналіз даних у сфері нових медіа у 2020-х роках? а) Віртуальна реальність (VR) б) Доповнена реальність (AR)			

- в) Блокчейн
- г) Штучний інтелект (ШІ)

Завдання 5

Яка економічна модель є типовою для багатьох сучасних онлайн-медіа та стримінгових платформ, де користувачі платять регулярну плату за доступ до контенту?

- а) Рекламна модель
- б) Підписна модель
- в) Модель спонсорства
- г) Краудфандінгова модель

Завдання 6

Що таке подкастинг?

- а) Формат відеоконтенту, що транслюється в прямому ефірі.
- б) Аудіоконтент, що розповсюджується через інтернет у вигляді епізодів для прослуховування за запитом.
- в) Друковане видання, доступне лише в цифровому форматі.
- г) Інтерактивна комп'ютерна гра з елементами журналістики.

Завдання 7

Який закон є основним регулятором медіапростору в Україні, зокрема й нових медіа, що набув чинності у 2023 році?

- а) Закон України "Про інформацію"
- б) Закон України "Про авторське право і суміжні права"
- в) Закон України "Про медіа"
- г) Закон України "Про рекламу"

Завдання 8

Яке поняття описує здатність аудиторії критично оцінювати інформацію, розрізняти факти від думок, розпізнавати маніпуляції та дезінформацію в цифровому середовищі?

- а) Цифрова компетентність
- б) Медіавиробництво
- в) Медіаграмотність
- г) Інформаційна гігієна

Завдання 9

Яка з платформ НЕ належить до соціальних медіа у звичному розумінні, хоча може містити елементи комунікації?

- а) Facebook
- б) Instagram
- в) TikTok
- г) Wikipedia

Завдання 10

Що є однією з головних проблем, пов'язаних із великою кількістю даних (Big Data), які збираються новими медіа та технологічними платформами?

- а) Зменшення ефективності реклами
- б) Недостатність контенту
- в) Питання конфіденційності та захисту персональних даних
- г) Відсутність можливостей для монетизації

5. Засоби діагностики результатів навчання:

- екзамен;
- модульні тести;
- захист практичних робіт.

6. Методи навчання:

- словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);
- практичний метод (практичні заняття);
- наочний метод (метод ілюстрацій, метод демонстрацій);
- робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування,);
- відеометод (дистанційні, мультимедійні, веборієнтовані);
- самостійна робота (виконання завдань);

7. Методи оцінювання.

- екзамен;
- усне або письмове опитування;
- модульне тестування;
- командні проєкти;
- захист практичних робіт;
- презентації та виступи на наукових заходах.

8. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти. Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 чинного «Положення про екзамен та заліки у НУБіП України».

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна та результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни **R_{дис}** (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу здобувача вищої освіти з навчальної роботи **R_{нр}** (до 70 балів): **R_{дис} = R_{нр} + R_{ат}**.

9. Навчально-методичне забезпечення

- електронний навчальний курс навчальної дисципліни (на навчальному порталі НУБіП);
- конспекти лекцій та їх презентації (в електронному вигляді);
- підручники, навчальні посібники, практикуми;
- методичні матеріали щодо вивчення навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм здобуття вищої освіти.

10. Рекомендовані джерела інформації

1. Андерсон, К. Довгий хвіст: Нова економіка від меншого до більшого. Київ : Наш Формат, 2012. 296 с
2. Барановська, М. Цифрова трансформація медіа: Виклики та можливості для

- української журналістики. Київ : Академпрес, 2024. 280 с
3. Барбер, К. Створення подкасту від А до Я: Посібник для початківців. Київ : Наш Формат, 2022. 256 с.
 4. Гілл, Д., & Сміт, Р. Мистецтво аудіорозповіді: Як створювати захопливі подкасти. Львів : Апріорі, 2023. 288 с.
 5. Грін, А. Маркетинг подкастів: Як знайти свою аудиторію та зробити її лояльною. Львів : Видавництво Старого Лева, 2023. 208 с.
 6. Гроссман, Л. Безпрецедентний вік: Як Big Tech переформатовує світ і що ми можемо з цим зробити. Львів : Видавництво Старого Лева, 2023. 352 с.
 7. Дженкінс, Г. Конвергенція культур: Де старі та нові медіа стикаються. Київ : Фабула, 2016. 352 с.
 8. Дейвіс, М. Етика штучного інтелекту: Посібник для майбутнього. Київ : Навчальна книга – Богдан, 2024. 224 с.
 9. Жаров, В. О. Авторське право в цифрову епоху: Виклики та рішення. Львів : Світ, 2024. 288 с.
 10. Закон України "Про авторське право і суміжні права". (Редакція станом на 2024-2025 рр. / актуальна на момент використання). Київ : Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2759-15>.
 11. Кагарлицький, О. Медіа в епоху гібридних загроз: Український контекст. Київ : Варіант, 2024. 272 с.
 12. Кастельс, М. Галактика Інтернет: Роздуми про Інтернет, бізнес і суспільство. Київ : Ваклер, 2004. 392 с.
 13. Кросбі, Дж. Стратегічні комунікації в цифрову еру. Львів : ЛА Піраміда, 2023. 272 с.
 14. Маклюєн, М. Розуміння медіа: Зовнішні розширення людини. Київ : Ніка-Центр, 2003. 464 с.
 15. Паркер, П. Мистецтво збиратися разом : пер. О. Гамурарь. Харків : Vivat, 2020. 288 с.
 16. Папачаріс, З. Нові медіа та цифрові комунікації. Львів : Свічадо, 2024. 384 с.
 17. Почепцов, Г. Г. Токсичний інфопростір: Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Київ : Наш Формат, 2021. 240 с.
 18. Ньюзум, Е. Гучніше! Як створювати круті подкасти. Київ : BookChef, 2021. 256 с.
 19. Шнайдер, Н. Штучний інтелект: від А до Я. Київ : BookChef, 2023. 288 с.
 20. Юнгерс, Е. Медіа в постправді. Київ : Rabulum, 2022. 240 с.
 21. Хантер, С. Як працює YouTube: Від стартапу до світової імперії. Київ : Наш Формат, 2021. 304 с.
 22. Харарі, Ю. Н. Homo Deus: Коротка історія завтрашнього дня. Київ : BookChef, 2018. 464 с.
 23. Чепман, А. Медіаграмотність для всіх: Як розпізнати фейки та критично мислити. Київ : Освіта, 2024. 192 с.
 24. Чен, Д. Дані: Мова нової економіки. Київ : Книголав, 2023. 256 с.

Інформаційні ресурси:

1. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua>.
2. Міжнародна асоціація зі зв'язків з громадськістю (IPRA). URL: <https://www.ipra.org/>.
3. Детектор Медіа. URL: <https://detector.media/>.
4. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки (ЦСКІБ). URL: <https://spravdi.gov.ua/>.
5. Національний проєкт з медіаграмотності "Фільтр" (Міністерство культури та інформаційної політики України). URL:

<https://filter.mkip.gov.ua/>.

6. Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ). URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>.
7. Pew Research Center (розділ "Journalism & Media"). URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/>.
8. Nieman Lab (Harvard University). URL: <https://www.niemanlab.org/>.
9. Global Editors Network (GEN). URL: <https://www.globaleditorsnetwork.org/>
10. International News Media Association (INMA). URL: <https://www.inma.org/>.
11. European Journalism Centre (EJC). URL: <https://ejc.net/>.
12. Online News Association (ONA). URL: <https://journalists.org/>.