



*Робоча програма  
навчальної дисципліни*



Цифрова журналістика

K a r a z i n M e d i a T o p o s G r o u p 2 0 1 9

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра медіакомунікацій

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної  
роботи

\_\_\_\_\_

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2019 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

## **ЦИФРОВА ЖУРНАЛІСТИКА**

рівень вищої освіти другий (магістерський) рівень

галузь знань 06 – «Журналістика»

спеціальність 061 – «Журналістика»

освітньо-професійна програма «Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика»

вид дисципліни обов'язкова

факультет Соціологічний

2019 / 2020 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

26 червня 2019 року, протокол № 6

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Стародубцева Л. В., доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри медіакомунікацій;  
Маслов Є. Ф., старший викладач кафедри медіакомунікацій;  
Соломадін І. М., старший викладач кафедри медіакомунікацій

Програму схвалено на засіданні кафедри медіакомунікацій

Протокол від 20 червня 2019 року № 6

Завідувач кафедри медіакомунікацій

\_\_\_\_\_ Л. В. Стародубцева

Програму погоджено методичною комісією соціологічного факультету

Протокол від 25 червня 2019 року № 9

Голова науково-методичної комісії соціологічного факультету

\_\_\_\_\_ Ю. Г. Сорока

## ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Цифрова журналістика» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки другого (магістерського) рівня спеціальності 061 – «Журналістика» освітньо-професійної програми «Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика»

### 1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни: надання студентам теоретичних знань про технології цифрових медіа й практичних навичок роботи в конвергентному ньюзрумі, оволодіння методами продюсування і менеджменту інноваційних медіапроектів у галузі цифрової журналістики. Дисципліна є обов'язковою, тісно пов'язана з дисциплінами «Аудіовізуальні медіа», «Відеопродакшн», «Журналістська етика», «Медіавплив» і посідає одне з ключових місць в освітньо-професійній програмі.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни: оволодіння такими загальними і фаховими компетентностями як вміння створювати аудіовізуальний контент, розробляти стратегії медіапроекування та аналізувати комунікативний простір аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики; володіння базовими знаннями в галузі сучасних інформаційних технологій, комунікативістики, концепцій інформаційного суспільства, основ аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики, теорій медіа та уміння їх використовувати в професійній діяльності; використання інструментальних знань щодо управління інформаційними процесами в галузі аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики; володіння специфікою різних видів аудіовізуального медіадискурсу з метою ефективного виконання професійних завдань; вміння створювати інноваційні медіапроекти в галузі аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики.

1.3. Кількість кредитів: 6 кредитів

1.4. Загальна кількість годин: 180 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
1-й	1-й
Лекції	
32 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	
48 год.	16 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
100 год.	156 год.
Індивідуальні завдання	
0 год.	

1.6. Заплановані результати навчання: сформувати навички практичної роботи журналіста з різними форматами цифрових медіа відповідно до сучасних технологічних

стандартів; знати специфіку і принципи роботи конвергентного ньюзруму, вміти аналізувати конвергентні медіаповідомлення; володіти навичками менеджменту, продюсування, розробки і реалізації інноваційних проектів у галузі цифрової журналістики.

## **2. Тематичний план навчального курсу**

### *Розділ 1. Технології цифрових медіа*

#### *Тема 1. Формати і жанри цифрових медіа*

Поняття «цифрові медіа» та його синоніми. Тренди цифрових медіа. Універсалізм та спеціалізація. «Універсальний журналіст» (Девід Рендалл): утопія або реальність? Поняття «рід», «вид», «жанр» у цифрових медіа. Жанрова структура цифрових медіа. Формати цифрових медіа. Мультимедійний репортаж, лонгрід, фічер, лайфлогінг, стрімінг, відеоблогінг: жанрові різновиди та особливості. Принципи функціонування і розвитку онлайн-видань, інтернет-радіо, веб-телебачення. Дифузія жанрів у цифрових медіа.

#### *Тема 2. Концепт і контент у цифрових медіа*

Вибір теми, формату, аудиторії, медіамайданчику для повідомлення в цифрових медіа. Задум матеріалу. Мультимедійні елементи у виробництві цифрового контенту. Особливості візуалізації даних в мережі Інтернет. Види інфографіки. Інтерактивність, висока швидкість підготовки матеріалів та їхнього розповсюдження, оновлення, доступність, прибутковість. Драматургія журналістського матеріалу у цифрових медіа. Фабула. Сюжет. Концепція і конструкція повідомлення в цифрових медіа. Планування і конкретизація робочої ідеї. Story pitch. Технології виробництва мультимедійного контенту в цифрових медіа. Нові професійні стандарти цифрової журналістики.

#### *Тема 3. Платформи та аудиторії цифрових медіа*

Феномен інтерактивності та ефект фідбеку як семантичні маркери цифрової журналістики. Соціальна спрямованість цифрової журналістики. Взаємовплив цифрової журналістики та соціальних медіа. Вибір аудиторії та медіамайданчику. Цільова аудиторія цифрових медіа: принципи формування та взаємодії. Специфіка цифрового медіаконтенту в залежності від платформи та аудиторії. Виробник цифрового контенту і аудиторія: стратегії взаємодії. Соціальна та ментальна взаємодія. Інтерактивність, висока швидкість підготовки матеріалів та їхнього розповсюдження, оновлення, доступність, прибутковість. Серіальність і біт-спеціалізація, суспільний запит. Використання фідбеку та соціальних медіа в цифровій журналістиці.

### *Розділ 2. Менеджмент і продюсування інноваційних медіапроектів*

#### *Тема 1. Медіаекономіка і креативні індустрії*

Поняття медіаекономіки. Основи медіабізнесу. Економічна політика та практика діяльності медіакомпаній. Медіа – креатив – культура – технологія. Поняття контент-менеджменту. Функції менеджера проектів (управлінець команд, медіапродюсер, медіастартапер. Українські мас-медіа, нещодавно стали бізнесом, як нове явище з нестачею експертизи. Проблема слабого рекламного ринку в Україні. Журналістика та індустрія новин, кінопродукція, розважальні програми, друк, трансляція мобільний зв'язок, Інтернет, реклама та зв'язки з громадськістю, дерегуляція засобів масової інформації, власність та концентрація медіа, частки ринку, права інтелектуальної власності як сфери медіаекономіки. Культурна індустрія vs. креативна індустрія. Креативна економіка. Ціннісна пропозиція. Бізнес-модель. Стартап/медіастартап. Хакатон.

## *Тема 2. Бізнес-моделі інноваційних медіапроектів*

Стратегічний інструмент підприємництва та менеджменту. Проект як це тимчасове підприємство, передбачуване для створення унікальних продуктів, послуг або результатів. Продукт як сервіс, який вирішує певні завдання користувача, володіє командою і аудиторією, прибутковий для компанії, має довгострокову стратегію розвитку і ринок для зростання. Бізнес-модель: ціль і області використання. Бізнес-модель: опис того, як організація створює, доносить до споживача або суспільства цінність. Business Model Canvas як графічна схема, що дозволяє однією мовою показувати бізнес-ідеї та експериментувати з ними. Фокус, гнучкість, прозорість Business Model Canvas. 9 будівельних блоків моделі. Сегмент користувачів. Ціннісна пропозиція. Канали. Відносини. Грошові потоки. Ключові активності. Ресурси. Ключові партнери. Структура витрат.

## *Тема 3. Підходи до розробки стратегії у медіапроектванні*

Структурний підхід до розробки стратегії. Аналіз галузі. Аналіз сильних і слабких сторін конкурентів. Стратегічне позиціонування. Побудова власного ланцюжка формування цінності. П'ять сил конкурентної боротьби і типові стратегії за Майклом Портером. Модель типового ланцюга формування цінності. «Єдиний метод перемогти конкурентів – припинити спроби їх перемогти». Реконструкційний підхід до розробки стратегії. Стратегія Блакитних Океанів. Багрянний Океан. Рушійні сили, які змушують компанії утворювати Блакитні Океани. Інновація цінності: інакша стратегічна логіка, відмінна від бенчмаркетингу. Аналітичні інструменти. Стратегічна «канва». 4 важливі дії (ліквідація, зменшення, підвищення, створення). 3 характеристики хорошої стратегії. 6 способів переглянути межі ринку. «Шукайте неспоживачів». Перешкоди на шляху імітації. Успіх стратегії, що залежить від концентрації за трьома пропозиціями: ціннісна пропозиція, пропозиція прибутку та людська пропозиція.

## *Тема 4. Медіа та політика. Структури медіавласності*

Бази даних медіа та власників. Індикатори ризику плюралізму медіа. Медіакомпанії / групи. Тип власності. «Медіавласність має значення». Структура власності. Географічне покриття. Тип контенту. Фізична основа власника. Засновник і його пов'язані інтереси. Генеральний директор і його пов'язані інтереси. Головний редактор і його пов'язані інтереси. Пов'язані інтереси інших впливових осіб. Фінансова інформація: прибуток, операційний прибуток, реклама. Частка ринку. Метадані. Джерела профілю. Частка аудиторії. Українські медіа та олігархія. Офшорні таємниці. «Джинса». Аналіз українських медіавласників за даними Інституту масової інформації. Незалежність і плюралізм медіа, думок та поглядів, у тому числі критика людей, які знаходяться при владі, як гарантія здорової демократичної системи. Моніторинг та забезпечення плюралізму власності як перший крок на шляху до незалежності і свободи вибору. Структури власності та управління ресурсами індустрією медіа. Економічна міць та ефективність медіасектору. Прозорість структур медіавласності як предмет особливого інтересу для потенційних інвесторів.

## *Розділ 3. Конвергентна журналістика*

### *Тема 1. Професійна ідентифікація та статус журналіста конвергентного ньюзруму*

Процеси медіаконвергенції: pro et contra. Понятійний апарат конвергентної журналістики. Онлайн-журналістика, конвергентна журналістика, інтернет-журналістика, мультимедійна журналістика, кросмедійна журналістика, мережева журналістика, діджитал-журналістика. Поняття медіаконвергенції та конвергентного ньюзруму. Проблема професійної ідентифікації та статусу журналіста у роботі конвергентного ньюзруму. Кодифікація професійних норм і саморегулювання професійного співтовариства у конвергентній журналістиці. Робота з джерелами інформації у конвергентному ньюзрумі.

Специфіка роботи з різними типами джерел (офіційні джерела, приватні особи, конфіденційні джерела). Межі допустимого при зборі інформації. Конфлікт інтересів. Проблема «джинси». Взаємини «журналіст – суспільство» і «журналіст – аудиторія» у роботі конвергентного ньюзруму.

### Тема 2. Конвергентні медіа: креативні інновації

Аудіовізуальні можливості цифрової журналістики. Креативність. Інноваційні стратегії. «Командна гра». Загальні принципи спілкування і сприйняття інформації. Тренди цифрової журналістики, віджејство, кураторство. Візуалізація як тренд у сучасних конвергентних медіа. Інформаційна мода та медіасподівання. Архетипи. Рольові орієнтації журналіста та їхній вплив на жанр журналістського твору у роботі конвергентного ньюзруму. Творчий процес, автор, творча група, редактор, продюсер у конвергентній редакції.

### Тема 3. Конвергентна журналістика і критичне мислення

Критичне мислення в конвергентній журналістиці. Професійні фільтри журналіста. Психологія підготовки журналістського твору. Медіапсихологія. Об'єктивність і суб'єктивність. Конвергентна журналістика в добу «постправди»: верифікація, інтерпретація, маніпуляція, фальсифікація. Події, аргументи, коментарі, факти й спостереження, думки й оцінки. Люди і обставини: особливості підготовки інтерв'ю зі складними співрозмовниками, вплив правових регуляторів і норм журналістської роботи. Інтерв'ю як метод отримання інформації та жанр роботи журналіста у конвергентному ньюзрумі. Фактчекінг в конвергентній журналістиці.

## 3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с.		л	п	лаб.	інд.	с.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Розділ 1. Технології цифрових медіа</b>												
Разом за розділом 1	72	8	24	–	–	40	72	–	8	–	–	64
<b>Розділ 2. Менеджмент і продюсування інноваційних медіапроектів</b>												
Разом за розділом 2	72	16	16	–	–	40	72	4	4	–	–	64
<b>Розділ 3. Конвергентна журналістика</b>												
Разом за розділом 3	36	8	8	–	–	20	36	4	4	–	–	28
<b>Усього годин</b>	<b>180</b>	<b>32</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>180</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>156</b>

## 4. Теми семінарських і практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
	<b>Розділ 1. Технології цифрових медіа</b>	<b>24</b>	<b>8</b>
1	Формати і жанри цифрових медіа	4	2
2	Мультимедійний репортаж, лонгрід, фічер, лайфлогінг, стримінг, відеоблогінг: жанрові різновиди та	4	2

	особливості		
3	Концепт і контент у цифрових медіа	4	–
4	Нові професійні стандарти цифрової журналістики	4	2
5	Платформи та аудиторії цифрових медіа	4	2
6	Взаємовплив цифрової журналістики та соціальних медіа	4	–
	<b>Розділ 2. Менеджмент і продюсування інноваційних медіапроектів</b>	<b>16</b>	<b>4</b>
1	Медіаекономіка і креативні індустрії	4	2
2	Бізнес-модель: ціль і області використання	4	–
3	Структурний та реконструкційний підходи до розробки стратегії	4	2
4	Медіа та політка. Медіавласність	4	–
	<b>Розділ 3. Конвергентна журналістика</b>	<b>8</b>	<b>4</b>
1	Професійна ідентифікація та статус журналіста конвергентного ньюзруму	2	–
2	Аудіовізуальні можливості цифрової журналістики	2	2
3	Творчий процес, автор, творча група, редактор, продюсер у конвергентній редакції	2	2
4	Конвергентна журналістика в добу «постправди»: верифікація, інтерпретація, маніпуляція, фальсифікація	2	–
	<b>Разом</b>	<b>48</b>	<b>16</b>

### 5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
1	<b>Розділ 1. Технології цифрових медіа</b>	40	62
	Обрати формат цифрових медіа, розробити і реалізувати авторський медіапроект із використанням технологій цифрових медіа		
2	<b>Розділ 2. Менеджмент і продюсування інноваційних медіапроектів</b>	40	62
	Обґрунтувати концепцію, стратегію і бізнес-модель інноваційного медіапроекту у галузі креативної індустрії		
3	<b>Розділ 3. Конвергентна журналістика</b>	20	32
	Здійснити аналіз конвергентного медіаповідомлення, зробити публікацію із використанням тексту та мультимедійного контенту (авторський текст, фото, відео, аудіо, інфографіка тощо) на платформі Tilda Publishing ( <a href="https://tilda.cc">https://tilda.cc</a> )		
	<b>Разом</b>	<b>100</b>	<b>156</b>



## 6. Індивідуальні завдання

За дисципліною «Цифрова журналістика» індивідуальні завдання не передбачені.

## 7. Методи контролю

Поточний контроль: усні опитування на заняттях за контрольними програмними питаннями поточної та попередніх тем; мікроконтрольні роботи, які проводяться на початку заняття; оцінювання ступеня активності студентів та якості їх відповідей на заняттях; тестові завдання.

Контроль виконання самостійних робіт: перевірка виконання творчих завдань (усна доповідь, есе, індивідуальні та колективні мультимедійні презентації).

Контрольна робота з розділу 2 «Менеджмент і продюсування інноваційних медіапроектів».

Підсумковий контроль (екзамен): перевірка рівня засвоєння студентами теоретичного та практичного навчального матеріалу в цілому; вміння студента використовувати теоретичні знання при виконанні практичних завдань.

## 8. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання					Екзамен	Сума
Розділ 1	Розділ 2	Розділ 3	Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Разом		
Т 1–3	Т 1–4	Т 1–3	10	60	40	100
20	10	20				

## Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90–100	відмінно
70–89	добре
50–69	задовільно
1–49	незадовільно

## 9. Рекомендована література

### Основна література

#### *Розділ 1. Технології цифрових медіа*

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. Москва : Аспект-пресс, 2005. 176 с.

2. Дейк Т. А. Язык, познание, коммуникация / пер. с англ. Благовещенск ; Москва : ГУ-ВШЭ, 2000. 608 с.

3. Иванов Д. В. Виртуализация общества : версия 2.0. Санкт-Петербург : Петербургское Востоковедение, 2002. 217 с.
4. Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург : У-Фактория, 2004. 328 с.
5. Луман Н. Общество общества. Часть II. Медиа коммуникации / пер. с нем. Москва : Логос, 2005. 280 с.
6. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. Москва : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 1999. 352 с.
7. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер. с англ. Москва : Аспект Пресс, 2004. 400 с.
8. Яковлев И. П. Ключи к общению. Основы теории коммуникации. 2-е изд., перераб. Санкт-Петербург : Авалон : Азбука-классика, 2006. 238 с.
9. Encyclopedia of New Media : An Essential Reference to Communication and Technology / ed. by Steven G. Jones. Thousand Oaks, CA : Sage Publications, 2003. 532 p.
10. New Media, Old Media / Ed. by Natalie Fenton. London, New Delhi : Journalism & Democracy in the Digital Age. London : SAGE Publications, 2010. 220 p.
11. New Media Language / Ed. by Jean Aitchison and Diana M. Lewis. London ; New York : Routledge, 2004. 209 p.

#### *Розділ 2. Менеджмент і продюсування інноваційних медіапроектів*

1. Абаїмов А. В. До питання про організаційну структуру медіапідприємства в контексті сучасної української медіаекономіки // Наукові записки Інституту журналістики. 2016, Т. 62. С. 74–79.
2. Иванов Д. В. Виртуализация общества : версия 2.0. Санкт-Петербург : Петербургское Востоковедение, 2002. 217 с.
3. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. 304 с.
4. Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс. Екатеринбург : У-Фактория, 2004. 328 с.
5. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике. Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. 268 с.
6. Ла Рош, фон В. Вступ до практичної журналістики. Київ : АУП, 2005. 229 с.
7. Новые медиа : социальная теория и методология исследования : словарь-справочник / отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко. Санкт-Петербург : Алетейя, 2015. 264 с.
8. Пекар В. О. Різнобарвний менеджмент : Еволюція мислення, лідерства та керування. Харків : Фоліо, 2016. 172 с.
9. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер. с англ. Москва : Аспект Пресс, 2004. 400 с.
10. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 180 с.
11. Яковлев И. П. Ключи к общению. Основы теории коммуникации. 2-е изд., перераб. Санкт-Петербург : Авалон : Азбука-классика, 2006. 238 с.

12. Foust J. Online Journalism : Principles and Practices of News for the Web. 3rd ed. New York ; London : Routledge, 2011. 336 p.
13. Hernandez R. K., Rue J. The Principles of Multimedia Journalism : Packaging Digital News. New York ; London : Routledge, 2015. 232 p.
14. Wasko J. Studying the political economy of media and information // Comunicação e Sociedade. 2005, vol. 7, P. 25–48.

### *Розділ 3. Конвергентна журналістика*

1. Вайшенберг З., Кляйнштойбер Г. Й., Пьорксен Б. Журналістика та медіа : довідник / пер. з нім. П. Демешко та К. Макєєв; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. 529 с.
2. Журналистика и конвергенция : почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. Москва : Аспект Пресс, 2010. 200 с.
3. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие / под ред. М. М. Лукиной. Москва : Аспект Пресс, 2010. 348 с.
4. Рауе П.-Й., Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / пер. з нім. В. Климченко ; за загал. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. 358 с.
5. Олешко Е. В. Конвергентная журналистика : Профессиональная культура субъектов информационной деятельности. Москва : Флинта, 2016. 128 с.
6. Перевалов В. В. Основы интернет-журналистики : учеб. пособие. Моск. гос. ун-т печати имени Ивана Федорова. Москва : МГУП имени Ивана Федорова, 2012. 232 с.
7. Рус-Моль Ш. Журналістика : посібник / пер. з нім. В. Климченко; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 343 с.
8. Convergent Journalism : An Introduction : Writing and Producing Across Media / ed. by Vincent F. Filak. 2nd ed. Amsterdam ; Boston : Focal Press, 2014. 262 p.
9. Lieb T. All the News : Writing and Reporting for Convergent Media. London ; New York : Pearson, 2008. 352 p.
10. Quinn S. Convergent Journalism : The Fundamentals of Multimedia Reporting. New York : Peter Lang Publishing Inc., 2005. 256 p.
11. Fisher D. J., Grant A. E., Wilkinson J. S. Principles of Convergent Journalism. 2<sup>nd</sup> ed. New York : Oxford University Press, 2012. 320 p.

### **Допоміжна література**

1. Бабенко В. С. Виртуальная реальность : толковый словарь терминов. Санкт-Петербург : ГУАП, 2006. 86 с.
2. Гибсон У. Граф Ноль ; Мона Лиза овердрайв / пер. с англ. А. Комаринец. Москва : АСТ, 2003. 542 с.
3. Дери М. Скорость убегания : киберкультура на рубеже веков / пер. с англ. Т. Парфеновой. Екатеринбург : У-Фактория, 2008. 480 с. (Сер. «Philosophy»).
4. Калиновский А. И. Юзабилити : как сделать сайт удобным. Москва : Новое знание, 2005. 220 с.

5. Калмыков А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / под ред. В. С. Хелемендика. Москва : Изд-во ИПК работников ТВ и РВ, 2009. 84 с.
6. Глушаков С. В., Ломотько Д. В., Мельников В. В., Сурядный А. С. Работа в сети Internet : учеб. курс. 2-е изд., доп. и перераб. Москва ; Харьков : Фолио, АСТ, 2003. 399 с.
7. Сырых Ю. А. Современный веб-дизайн. Эпоха Веб 3.0. 2-е изд. Москва : ООО «И. Д. Вильямс», 2013. 368 с.
8. Таратуга Е. Е. Философия виртуальной реальности. Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУ, 2007. 148 с.
9. Фатеева Н. А. Контрапункт интертекстуальности, или Интертекст в мире текстов. Москва : Агар, 2000. 280 с.
10. Фукуяма Ф. Наше постчеловеческое будущее : Последствия биотехнологической революции / пер. с англ. М. Б. Левина. Москва : АСТ, 2004. 349 с. (Сер. «Philosophy»).
11. Шарков Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны») : учеб. пособие. 2-е изд. Москва : Дашков и Ко, 2010. 260 с.
12. Bell D. J., Loader B. D., Pleace N., Schuler D. Cyberculture : The Key Concepts. London ; New York : Routledge, 2004. 288 p. (Routledge Key Guides).
13. Bell D. Introduction to Cyberculture. London ; New York : Routledge, 2001. 256 p.
14. Critical Cyberculture Studies / foreword by Steve Jones ; ed. by David Silver, Adrienne Massanari. New York : New York University Press, 2006. 320 p.
15. Crystal D. Language and the Internet. 2nd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2006. 316 p.
16. International Handbook of Internet Research / ed. by Jeremy Hunsinger, Lisbeth Klastrup, Matthew Allen. London : Springer, 2010. 512 p.

## **10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення**

### *Розділ 1. Технології цифрових медіа*

1. Canadian Science and Technology Historical Association. URL : <http://www.er.uqam.ca/nobel/r20430/ahstc-cstha/english/home.html> (дата звернення: 19.06.2019).
2. Center for Digital Discourse and Culture. URL : <http://www.cddc.ut.edu/index2.html> (дата звернення: 12.06.2019).
3. DocLab Award for Digital Storytelling. URL : <http://highrise.nfb.ca/> (дата звернення: 10.06.2019).
4. Electronic Labyrinth. URL : <http://jefferson.village.virginia.edu/elab/elab.html> (дата звернення: 11.06.2019).
5. e-Society. URL : <http://www.london.edu/e-society/> (дата звернення: 10.06.2019).
6. FILE PRIX LUX : New Media Electronic Language International Festival. URL : <http://www.file.org.br/> (дата звернення: 14.06.2019).
7. Popular Culture and Social Theory Resources. URL : [www.theory.org.uk](http://www.theory.org.uk) (дата звернення: 10.06.2019).

8. Race, Gender, and Ethnicity in Media (Cyberspace Section). URL : <http://www.uiowa.edu/~commstud/resources/gendermedia/cyber.html> (дата звернення: 12.06.2019).
9. Science and Technology Policy Research (SPRU). URL : <http://www.sussex.ac.uk/spru/> (дата звернення: 10.06.2019).
10. The History and Development of Multimedia. URL : <http://people.ucalgary.ca/~edtech/688/hist.htm> (дата звернення: 10.06.2019).
11. The Internet : an ethnographic approach. URL : <http://thnonet.gold.ac.uk/links.htm> (дата звернення: 19.06.2019).

### *Розділ 2. Менеджмент і продюсування інноваційних медіапроектів*

1. Інтернет-видання «Детектор медіа» — watchdog українських ЗМІ. URL : <http://detector.media> (дата звернення: 11.06.2019).
2. Саморегулювання ЗМІ. URL : <http://detector.media/tag/432/> (дата звернення: 10.06.2019).
3. Cable News Network, Inc. A Time Warner Company. URL : <http://edition.cnn.com/interactive/2014/07/travel/50-states-natural-wonders/> (дата звернення: 15.06.2019).
4. Canada Science and Technology Museum Corporation. URL : <http://www.technomuses.ca/> (дата звернення: 11.06.2019).
5. Centre for Democracy and Technology. URL : <http://www.cdt.org/> (дата звернення: 10.06.2019).
6. Foundation for the History of Technology; Tensions of Europe. URL : <http://www.histech.nl/tensions/> (дата звернення: 16.06.2019).
7. History of Memex. URL : <http://www.cs.brown.edu/memex> (дата звернення: 16.06.2019).
8. Home page of Timothy Berners-Lee. URL : <http://www.org/pub/WWW/People/Berners-Lee> (дата звернення: 10.06.2019).
9. MIT Media Lab. URL : <http://www.media.mit.edu/> (дата звернення: 10.06.2019).
10. Multimedia : From Wagner to Virtual Reality. URL : <http://www.zakros.com/wvr/wvr.html> (дата звернення: 15.06.2019).
11. Multimedia in Answers. URL : <http://www.answers.com/topic/multimedia> (дата звернення: 10.06.2019).
12. Resource Centre for Cyberculture Studies. URL : <http://otal.umd.edu/~rccs/> (дата звернення: 12.06.2019).
13. Virtual Society?. URL : <http://virtualsociety.sbs.ox.ac.uk/> (дата звернення: 12.06.2019).

### *Розділ 3. Конвергентна журналістика*

1. Медіапроект Накіпіло. URL : <http://nakipelo.ua/long-read/> (дата звернення: 10.06.2019).
2. Образовательный журнал платформы для создания сайтов Tilda Publishing. Практические руководства по дизайну и маркетингу для цифровых проектов. URL : <https://tilda.cc> (дата звернення: 12.06.2019).
3. Проект «Новое Время». URL : <http://nv.ua/ukr/project.html> (дата звернення: 10.06.2019).

4. Electronic Literature Organization Official site. URL : <http://directory.eliterature.org/> (дата звернення: 12.06.2019).
5. European Program in Media, Communication and Cultural Studies. URL : <http://www.mediastudieseurope.net> (дата звернення: 10.06.2019).
6. International Association for Media and Communication Research (IAMCR). URL : <http://www.humfak.auc.dk> (дата звернення: 11.06.2019).
7. Lustrum – онлайн-журнал про людей, культуру та світ. URL : <http://www.lustrum.com.ua/> (дата звернення: 13.06.2019).
8. Media Center (Internet Journal). URL : <http://edu.km.ru/mcenter> (дата звернення: 10.06.2019).
9. Mediamente. Biblioteca digitale. URL : <http://www.mediamente.rai.it/english/bibliote/intervis/g/garcia.htm> (дата звернення: 11.06.2019).
10. TSN special-projects. URL : <https://tsn.ua/special-projects/spaceoddiy> (дата звернення: 10.06.2019).
11. The New York Times Company. URL : [http://www.nytimes.com/interactive/2014/06/13/sports/worldcup/world-cup-balls.html?ref=multimedia&\\_r=0](http://www.nytimes.com/interactive/2014/06/13/sports/worldcup/world-cup-balls.html?ref=multimedia&_r=0) (дата звернення: 10.06.2019).
12. The New York Times Company. URL : <http://www.nytimes.com/projects/2013/high-rise/> (дата звернення: 18.06.2019).