



Університет
сучасних
знань

**КИЇВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ПРИВАТНОГО ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ
«УНІВЕРСИТЕТ СУЧАСНИХ ЗНАНЬ»**

Циклова комісія з журналістики



ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. ректора

«30» серпня 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 28 Блогерство

підготовка фахового молодшого бакалавра

освітньо-професійної програми **Журналістика**

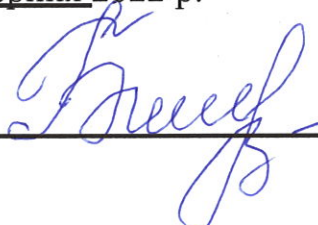
спеціальність **061 Журналістика**

Київ – 2022

Робочу програму з дисципліни Блогерство для підготовки фахових молодших бакалаврів за освітньо-професійною програмою Журналістика спеціальності 061 Журналістика

Розробник: старший викладач - Інна БИТЮК.

Робочу програму схвалено на засіданні циклової комісії з журналістики
Протокол № 1 від «30» серпня 2022 р.

Голова циклової комісії  Інна БИТЮК
(ім'я та прізвище)

Розглянуто і рекомендовано до затвердження педагогічною радою коледжу

Протокол № 1 від «30» серпня 2022 р.

Директор коледжу  Світлана ШВИДЧЕНКО

ЗМІСТ

1	Пояснювальна записка	4
2	Навчально-тематичний план дисципліни	7
3	Календарно-тематичний план дисципліни	7
4	Теми і плани лекційних занять	8
5	Теми і план семінарських занять	10
6	Теми і питання для самостійної роботи студентів	11
7	Методи активізації навчального процесу	13
8	Системи поточного та підсумкового контролю знань	13
9	Критерії оцінювання результатів навчання студентів	14
10	Література	16

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Ми живемо в світі, де інформація є все більш важливим ресурсом. Засоби масової інформації відіграють вирішальну роль у створенні та поширенні цієї інформації. Цифрові медіа та блогесртво впливають на розвиток людини, тому важливо розуміти їх всеохоплючий вплив на формування особистості. Важливо формувати культуру сприймання та створення медіаконтенту упродовж усього періоду навчання дитини

Мета формування теоретичних знань та практичних навиків щодо ведення власного або корпоративного блогу та роботи з лідерами думок. Навики щодо створення авторських, текстових блогів, підкастів, тощо. Вивчення специфіки різних платформ для блогінгу, інструментарію поширення матеріалів у соцмережах, принципи побудови контенту, аналітика аудиторії, пошук власного стилю до творення контенту. Аналіз існуючого досвіду створення і популяризації контенту у блогосфері, методи маніпуляції, прийоми по приверненню уваги і формування власної аудиторії. Розгляд різноманітних шляхів монетизації контенту блогів відповідно до жанрової особливості та тематики.

Основні завдання вивчення дисципліни: розкриття специфіки блогінгу в культурі цифрових медіа, формування уявлення про феномен авторства у блогосфері; опанування знаннями про специфіку блогінгу в українському медіапросторі; знайомство з ключовими концептами та структурою громадянської журналістики; розгляд питань комунікації в цифрових медіа, дискурсивних трансформацій, проблем діалогу в громадянській журналістиці.

Процес вивчення дисципліни ОК 28 Блогесртво спрямована на формування елементів наступних компетентностей:

а) загальні компетентності (ЗК)

ЗК 1 Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 3 Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 4 Здатність спілкуватися іноземною мовою як усно, так і письмово

ЗК 5 Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 7 Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 10 Здатність до застосування знань з основ психології та етики ділового спілкування, компетентність в спілкуванні.

ЗК 11 Здатність до застосування знань етики та естетики, правильного сприйняття та оцінювання різноманітних явищ навколишнього світу та творів мистецтва

б) спеціальні (фахові) компетентності (СК)

СК 1 Здатність застосовувати теоретичні знання в області журналістики, традиційні і сучасні культурно-мистецькі процеси і практики у власній професійній діяльності.

СК 2 Здатність втілювати творчі задуми при створенні інформаційного продукту.

СК 3 Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК 4 Здатність формувати інформаційний контент.

СК 5 Здатність використовувати програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

СК 6 Здатність до критичної оцінки норм журналістської діяльності.

СК 9 Здатність до редагування текстів.

СК 11 Здатність шукати і збирати інформацію.

СК 12 Здатність перевіряти фактичні дані.

СК 13. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

СК 14. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

СК 15. Здатність до оцінки інформації з погляду правових та етичних засад журналістики.

СК 16. Здатність до аналізу та прогнозування інформаційних потреб медіаринку.

СК 17. Здатність оперативно збирати інформацію, дотримуватися балансу думок, працювати з джерелами, взаємодіяти з аудиторією.

СК 18. Здатність подавати інформацію у відповідній жанру текстово-візуальній формі з використанням сучасних інформаційних технологій.

СК 19. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

Очікувані результати навчання

РН 1 Знати свої права, як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.

РН 2 Знати загальні вимоги дотримання авторських та суміжних прав, захисту персональних даних, правил розповсюдження інформації.

РН 4 Вміти аналізувати історичні події та процеси, що відбувались в минулому і відбуваються в сучасній Україні.

РН 5 Володіти державною мовою вільно, а іноземною мовою на рівні, необхідному для виконання професійних завдань.

РН 6 Вміти оцінювати та аналізувати соціально-економічні явища, процеси та дію економічних законів у суспільстві, використовувати основи економічних знань у різних сферах діяльності.

РН 7 Вміти аналізувати та застосовувати в практичній діяльності методи організації безпеки життєдіяльності людей, їх захисту від негативного впливу навколишнього середовища; володіти екологічною грамотністю та практичними навичками збереження здоров'я людини в умовах впливу негативних факторів середовища мешкання і праці.

РН 8 Знати базові поняття основ психології та володіти елементами етики ділового спілкування, компетентність в спілкуванні.

РН 9 Володіти знаннями етики та естетики, мати високі моральні якості та вміння правильно сприймати й оцінювати різноманітні явища навколишнього світу та твори мистецтва.

РН 10 Знати базові поняття, концепції в журналістиці, принципи

журналістики, процеси створення інформаційних продуктів, традиційні та інноваційні техніки і технології, пов'язаність етапів створення і методів поширення продукту (твору).

РН 11 Знаходити оригінальні рішення поставлених професійних завдань

РН 13 Використовувати набуті знання, конструктивні критичні зауваження фахівців стосовно своїх творчих та навчальних результатів для фахового розвитку.

РН 14 Визначати актуальність певної проблематики медіа-продуктів, реалізовувати професійну універсальність у полі тематичному ЗМІ.

РН 15 Аналізувати будь-який медійний продукт, оцінювати його на основі соціокультурних, міжкультурних та контекстних критеріїв.

РН 18 Застосовувати відповідне програмне забезпечення для виконання конкретного журналістського завдання.

РН 20 Проявляти ініціативу та креативні підприємницькі навички у професійній діяльності, у пошуку нових напрямів роботи та просуванні журналістського продукту на ринок.

РН 22 Презентувати власні професійні компетентності, створенні об'єкти (продукти) або їх елементи в професійному середовищі, перед клієнтами, користувачами та споживачами, враховуючи тенденції ринку праці у сфері соціальних комунікацій.

РН 26 Уміти працювати з контентом різного формату: фото-, відео-, аудіопродуктом, текстовим матеріалом, мультимедійним контентом.

РН 27 Створювати авторські медіа-продукти відповідно до потреб різних видів мас-медіа, ефективно використовуючи сучасні технології подачі інформації.

2. Навчально-тематичний план дисципліни

№	Назва розділу	Кількість годин			
		Всього	Лекції	Семінарські	Самостійні
1	Розділ 1. Блог як інструмент комунікацій	72	24	24	24
2	Розділ 2. Текстово – візуальні блоги: особливості.	108	36	36	36
Всього:		180	60	60	60

3. Календарно-тематичний план дисципліни

№	Назва розділів і тем	Кількість годин			
		Усього	Лекції	Семінарські	Самостійні
1	2	3	4	5	6
Розділ 1. Блог як інструмент комунікацій					
1	Тема. Теоретичні основи блогінгу	18	6	6	6
2	Тема. Основні функції блогів. Вплив блогерів на ЗМІ.	18	6	6	6
3	Тема. Ведення блогу.	18	6	6	6
4	Тема. Робота з інфлюенсерами.	18	6	6	6
Розділ 2 Текстово – візуальні блоги: особливості.					
5	Тема. Інстаграм як інструмент формування суспільної думки	18	6	6	6
6	Тема. Фейсбук як інструмент формування суспільної думки	18	6	6	6
7	Тема. Тік – ток вінегрет контенту чи інструмент продажів?.	18	6	6	6
8	Тема. Ютуб - як альтернатива телебаченню	18	6	6	6
9	Тема. Етичні та професійні стандарти блогосфери	18	6	6	6
10	Тема. Оцінка ефективності діяльності з блогінгу та сучасні тенденції	18	6	6	6
Всього по дисципліні		180	60	60	60

4. Теми і плани лекційних занять

Розділ 1. Блог як інструмент комунікацій

Лекція 1-3

Тема. Теоретичні основи блогінгу.

План:

1. Теоретичні основи блогінгу і блогосфери
2. Цільова аудиторія і вибір ніші
3. Просування блогів
4. Блог як інструмент створення персонального бренду
5. Особливості створення та просування текстових блогів
6. Особливості створення та просування фотоблогів
7. Особливості створення та просування відеоблогів
8. Особливості створення і просування подкастів
9. Медіапланування

Лекція 4-6

Тема. Основні функції блогів. Вплив блогерів на ЗМІ.

План:

1. Концепція блогу
2. Мета та тема блогу. Створення блогу
3. Цільова аудиторія блогу. Контент блогу. Масштабований контент. Контент-план блогу
4. Назва та домен блогу. Платформи для створення блогу.
5. Структура блогу.
6. Стратегії розвитку корпоративних блогів

Лекція 7-9

Тема. Ведення блогу

План:

1. Види цілей просування блогу.
2. Стратегія просування блогу.
3. Розробка контент-плану. Створення контенту блогу
4. Основи копірайтингу у блозі, оформлення дописів.
5. Створення Stories.
6. Розіграші, як інструмент впливу на охоплення у блозі.
7. Метрики результативності просування блогу.

Лекція 10-12

Тема. Робота з інфлюенсерами.

План:

1. Інфлюенсери та експерти у сучасних соціальних комунікаціях.
2. Види інфлюенсерів: розмір аудиторії
3. Класифікація інфлюенсерів.
4. Influencer-маркетинг для бізнесу.
5. Напрями та особливості роботи з інфлюенсерами.

Розділ 2. Текстово – візуальні блоги: особливості.

Лекція 13-15

Тема. Інстаграм як інструмент формування суспільної думки.

План:

1. Інстаграм як інструменти формування суспільної думки.
2. Комерційна діяльність.
3. Просування персональних блогів та блогів компаній.
4. Візуал. Рекламні креативи.

Лекція 16-18

Тема. Фейсбук як інструмент формування суспільної думки

План:

1. Фейсбук як інструменти формування суспільної думки.
2. Комерційна діяльність.
3. Просування персональних блогів та блогів компаній.
4. Візуал. Рекламні креативи.

Лекція 19-21

Тема. Тік – ток вінегрет контенту чи інструмент продажів?..

План:

1. Тік-ток для зумерів.
2. Монетизація.
3. Тренди.
4. Створення контенту.
5. Органічне просування.

Лекція 22-24

Тема. Ютюб - як альтернатива телебаченню.

План:

1. Ютюб для міленіалів.
2. Монетизація.
3. Тренди.
4. Створення контенту.
5. Органічне просування

Лекція 25-27

Тема. Етичні та професійні стандарти блогосфери.

План:

1. Професійні стандарти блогера
2. Баланс думок і точок зору
3. Достовірність. Точність. Повнота
4. Оперативність
5. Відокремлення фактів від коментарів
6. Етичні засади блогера
7. Мова ворожнечі
8. Висвітлення дітей та підлітків, людей з особливими потребами, інших вразливих груп населення
9. Гендерний баланс в медіа

План:

1. Просування соціальних проєктів.
2. Поняття мікроблогінгу.
3. Вимірювання ефективності роботи корпоративного блогу
4. Блогінг і використання Інтернет-форумів.
5. Огляд корпоративних блогів в Україні. Поняття SMM (social media marketing) і SMO (social media optimization).

5. Теми і плани семінарських занять

Тема. Теоретичні основи блогінгу.

План:

1. Поняття про блог.
2. Історія зародження блогу.
3. Типова анатомія блога.
4. Різновиди блогів.
5. Огляд блогерів України

Тема. Основні функції блогів. Вплив блогерів на ЗМІ.

План:

1. Етапи створення блогів.
2. Вибір тематики блогу.
3. Персональний дизайн блогу.
4. Контент – основа блогу.
5. Критерії оцінювання блогу.
6. Аналітика блогів.

Тема. Ведення блогу

План:

1. Написання текстів для блогу.
2. Робота з ілюстраціями.
3. Сервіси для роботи з ілюстраціями.
4. Створення відео-контенту.
5. Програми для роботи з відео-контентом.
6. Секрети блогерського ремесла.
7. Особливості блогерської мови.

Тема. Робота з інфлюенсерами

План:

1. Influencer-маркетинг для бізнесу.
2. Класифікація інфлюенсерів.
3. Напрями та особливості роботи з інфлюенсерами.

Тема. Інстаграм як інструмент формування суспільної думки.

План:

1. Аналіз інста – блогів.
2. Програми для аналітики.
3. Системи просування та монетизації.
4. Рекламні макети.

Тема. Фейсбук як інструмент формування суспільної думки

План:

1. Особливості мережі.
2. Можливості рекламного кабінету.
3. Комунікація.

Тема. Тік – ток вінегрет контенту чи інструмент продажів?

План:

1. Алгоритми тік – ток.
2. Контент. Тренди.
3. Просування

Тема. Ютуб - як альтернатива телебаченню

План:

1. Монетизація ютюбу.
2. Канали. Плейлисти.
3. Сценарій та зйомка.

Тема. Етичні та професійні стандарти блогосфери

План:

1. Збалансованість, безсторонність і багатоманітність точок зору.
2. Відокремлення фактів від коментарів і оцінок.
3. Відмова від шокуючих та шкідливих для суспільної моралі матеріалів.

Тема. Оцінка ефективності діяльності з блогінгу та сучасні тенденції.

1. Показники ефективності діяльності блогінгу.
2. Сучасні тенденції в блогінгу та інфлюенс-маркетингу.

6. Теми і питання для самостійної роботи студентів.

Тема . Блог як інструмент комунікацій.

План:

1. Види та формати блогів. Яндекс. Дзен. Живий журнал.
2. Монетизація блогів.
3. Особистий та корпоративний блоги.
4. Аналіз топових блогерів та робота з ними

Тема. Концепція блогу

План:

1. Мета та тема блогу.
2. Цільова аудиторія блогу. Назва та домен блогу.

3. Структура блогу.
4. Стратегії розвитку корпоративних блогів

Тема. Створення блогу.

План:

1. Платформи для створення блогу.
2. Контент блогу.
3. Масштабований контент.
4. Контент-план блогу.

1. *Тема. Ведення блогу.*

План:

1. Написання текстів для блогу.
2. Сервіси для роботи з текстом.
3. Робота з ілюстраціями.
4. Робота з текстом
5. Робота з ілюстраціями

Тема. Просування блогу

План:

1. Просування в соціальних мережах: Facebook, Instagram, Tik-Tok
2. Просування в Pinterest.
3. Інші платформи для просування блогу

Тема. Робота з інфлюенсерами

План:

1. Influencer-маркетинг для бізнесу.
2. Класифікація інфлюенсерів.
3. Напрями та особливості роботи з інфлюенсерами.
4. Афіліативний маркетинг

Тема. Оцінка ефективності діяльності з блогінгу та сучасні тенденції

План:

1. Показники ефективності діяльності блогінгу.
2. Сучасні тенденції в блогінгу та інфлюенс-маркетингу.

Тема. Аналіз досвіду взаємодії українських компаній з інфлюенсерами.

План:

1. Монетизація блогів в Україні."
2. Аналіз досвіду взаємодії українських компаній з інфлюенсерами.
3. Монетизація блогів в Україні.

Тема. Етичні та професійні стандарти блогосфери

План:

1. Збалансованість, безсторонність і багатоманітність точок зору.
2. Відокремлення фактів від коментарів і оцінок.

Тема. Оцінка ефективності діяльності з блогінгу та сучасні тенденції.

План:

1. Показники ефективності діяльності блогінгу.
2. Сучасні тенденції в блогінгу та інфлюенс-маркетингу.

7. Методи активізації навчального процесу

Класичні лекції, лекції проблемного характеру, лекції-бесіди, семінарські заняття, семінари-дискусії, реферування; повідомлення за темою (усна доповідь); розв'язування творчих завдань; виконання студентами завдань для самостійного опрацювання; індивідуальні консультації для студентів.

8. Система поточного та підсумкового контролю знань.

Поточний контроль: письмове або усне опитування, тести, індивідуальна або колективна презентація (представлення виконаного завдання); підготовка доповіді; перевірка конспекту; захист виконаних завдань, захист курсової роботи та ін.

Підсумковий контроль: екзамен.

Питання самоконтролю для підготовки до іспиту

1. Що таке публіцистика?
2. Чим відрізняється журналістика від публіцистики?
3. Дослідники публіцистики.
4. Поняття публіцистики у дослідженнях радянських вчених .
5. Роз'ясніть відмінність термінів «публіцистика» і «публіцистичність».
6. Актуалізація публіцистики в сучасному інформаційному просторі.
7. Коли відбулася і деологічна переорієнтація української публіцистики?
8. І. Франко про публіцистику.
9. Погляди Д. Прилюка на будову публіцистичного твору.
10. Концепція теорії публіцистики В. Здлоровеги.
11. Публіцистика і суспільно-політичні зміни.
12. Роль публіцистики в інформаційній політиці держави.
13. Феномен публіцистики як різновиду творчої діяльності.
14. Що таке світоглядна публіцистика?
15. Які ви знаєте різновиди публіцистичних образів?
16. Місце публіцистики у сучасній блогосфері.
17. У чому полягає комунікативна суть публіцистики?
18. Авторське Я у публіцистичному тексті.
19. Жанрові модифікації публіцистичного тексту.
20. Що таке блог?
21. Дайте визначення поняттю «сплог».
22. Які ви знаєте платформи для створення блогів?
23. Чим відрізняється журналіст і блогер?
24. Коли і де був створений перший блог?

25. У чому полягають особливості блогерської мови?
26. Які ви знаєте різновиди блогів?
27. Чим відрізняється блог у ЗМІ від блога-щоденника?
28. Чи можуть блоги замінити журналістику?
29. Назвіть основні професійні стандарти блогосфери.
30. Які ви знаєте етичні стандарти у блогосфері?
31. Як просувати свої блогозаписи?
32. Які чинники визначають успішність вашого блогу?
33. Яким чином взаємодіють блогер та адміністратор сайту?
34. Чому зростає популярність блогів?
35. Яких відомих журналістів-блогерів ви можете назвати?
36. Блогер і суб'єктивність.
37. Які публіцистичні жанри найбільш поширені у блогах?
38. У чому полягає майстерність блогера?
39. Якою є типова анатомія блогів?
40. Як поділяють блоги за особливістю змісту?

9. Критерії оцінювання знань, вмінь, компетентностей здобувачів освіти з навчальної дисципліни»:

Бали / Рівні навчальних досягнень	Критерії оцінювання
«Відмінно» / Високий	Оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких навчальний матеріал відтворюється в повному обсязі, відповідь правильна, обґрунтована, логічна, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки. Здобувач освіти активно працює протягом усього курсу і показує при цьому глибоке оволодіння лекційним матеріалом з блогерства, здатний: формувати інформаційний контент; критично оцінювати норми журналістської діяльності; шукати і збирати інформацію, перевіряти фактичні дані, редагувати тексти; оцінювати інформацію з погляду правових та етичних засад журналістики; дотримуватися балансу думок, працювати з джерелами, взаємодіяти з аудиторією; здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, аналізувати та прогнозувати інформаційні потреби медіаринку, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал. Практичне завдання виконане правильно, як з використанням типового алгоритму, так і за самостійно розробленим алгоритмом
«Добре» / Достатній	Оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких відтворюється значна частина навчального матеріалу. Здобувач освіти виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни Блогерство, певною мірою може аналізувати та прогнозувати інформаційні потреби медіаринку, порівнювати та робити висновки. Здобувач освіти

	<p>активно працює протягом усього курсу, питання висвітлює повно, висвітлення їх завершено висновками; виявлене уміння формувати інформаційний контент; критично оцінювати норми журналістської діяльності; шукати і збирати інформацію, перевіряти фактичні дані, редагувати тексти; оцінювати інформацію з погляду правових та етичних засад журналістики; дотримуватися балансу думок, працювати з джерелами, взаємодіяти з аудиторією, а також виконувати навчальні завдання. У відповідях допущені несуттєві помилки, в усних відповідях – неточності, деякі незначні помилки, має місце недостатня аргументованість при викладенні матеріалу, нечітко виражене ставлення слухача до фактів.</p>
<p>«Задовільно» / Середній</p>	<p>Оцінюються завдання, що містить відповіді, в яких відтворюються основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; здобувач освіти у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки. Але на заняттях поводить себе пасивно, відповідає лише за викликом викладача, не проявляє уміння та/або допускає помилки при: формуванні інформаційного контенту; критичній оцінці норм журналістської діяльності; пошуку і зборі інформації, перевірці фактичних даних, редагуванні тексту; оцінці інформації з погляду правових та етичних засад журналістики; дотриманні балансу думок, взаємодії з аудиторією. У практичних завданнях припущені несуттєві помилки.</p>
<p>«Незадовільно»/ Початковий</p>	<p>Оцінюються завдання, що не виконане, або містить відповіді на рівні елементарного відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів, фрагментів навчального матеріалу. Здобувач освіти виявив неспроможність висвітлити питання чи питання висвітлені неправильно, безсистемно, з грубими помилками, відсутні розуміння основної суті питань, висновки, узагальнення. Здобувач освіти не вміє та/або допускає грубі помилки при: формуванні інформаційного контенту; критичній оцінці норм журналістської діяльності; пошуку і зборі інформації, перевірці фактичних даних, редагуванні тексту; оцінці інформації з погляду правових та етичних засад журналістики; дотриманні балансу думок, взаємодії з аудиторією. У відповідях та практичному завданні припущені суттєві помилки.</p>

10. Література

Основні рекомендовані джерела

1. Артамонова І. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні : монографія / І. Артамонова. - Лебідь, 2017. – 416 с.
2. Rosamora A. The Labour of Fashion Blogging. In Fashioning Professionals. Bloomington: Bloomsbury Academic, 2018. P. 65-81.
3. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини.— К. : Освіта, 2017. – 351 с.
5. Матвієнко В. Я. Соціальні технології. – К.: Українські пропілеї, 2001. – 446 с.
4. Онищенко О.С. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства: монографія /О.С. Онищенко та ін. – Київ, 2018. – 258 с.
5. Онищенко О.С. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія /О.С. Онищенко та ін. – К. : НБУВ, 2017. – 248 с.
6. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння / Б. Потятинник. – Львів : ПАІС, 2016. – 312 с. –(Серія «Медіакритика»).
7. Чекмишев О.В., Ярошенко Л.А. Основи якісного блогерства: навчальний посібник // Асоціація «Спільний простір», Комітет «Рівність можливостей» / О.В. Чекмишев, Л.А. Ярошенко. – К. : 2016, ФОП А.М.Рудницька. – с. 48
8. Айзексон В. Інноватори. Як група хакерів, геніїв та гиків здійснила цифрову революцію. Київ : Наш Формат, 2017. 488 с.
9. Мак-Люен Маршалл. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги / пер. з англ. А. А. Галушки, В. І. Постнікова. Київ : Ніка-Центр, 2015. 388 с.
10. Серов Ю. О., Федущко С. С. Соціальні комунікації в мережі Internet : навч. посіб. / Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2017. 235 с.
11. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 130 с.
12. Харитонов Є. О. Актуальні проблеми цивілістики у цифрову добу : онлайнві соціальні мережі : монографія / Нац. ун-т «Одес. юрид. акад.», Ф-т цивіл. та госп. юстиції, Каф. цивіл. права. Одеса : Юридична література, 2018. 173 с.
13. Freberg K. Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications. Thousand Oaks, California : SAGE publications, 2018. 336 p.

14. Lipschultz J. H. Social Media Communication. 3rd ed. New York ; London : Routledge, 2020. 388 p.
15. Shuen A. Web 2.0: A Strategy Guide: Business Thinking and Strategies Behind Successful Web 2.0 Implementations. Sebastopol, California : O'Reilly Media, 2018. 268 p.
16. Thompson J. B. The Digital Revolution in Publishing. Cambridge, UK : Polity, 2021. 450 p.
17. Sklar B., Harris F. Digital Communications : Fundamentals and Applications. 3rd ed. New York : Pearson, 2020. 1104 p. (Communications Engineering & Emerging Technology Series from Ted Rappaport).
18. Гресько О. В. Роль і місце громадянської журналістики у процесі творення новин // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2015, № 2 (22). С. 76–80.
19. Половинчак Ю. М. Особливості функціонування української блогосфери // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, III(7). 2015. Вип. 42. С. 99–102.
20. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : монографія / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін. Київ : НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2014. 260 с.
21. Халер М. Пошук і збір інформації : навч. посібник / пер. з нім. за загал. ред. В. Ф. Іванова та А. Коль. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2006. 308 с.
22. Birley S. How to Be a Blogger and Vlogger in 10 Easy Lessons : Learn how to create your own blog, vlog, or podcast and get it out in the blogosphere! Cumbria, UK : Walter Foster Jr ; Spi edition, 2016. 64 p. (Super Skills).
23. Hernandez R. K., Rue J. The Principles of Multimedia Journalism : Packaging Digital News . New York ; London : Routledge, 2015. 232 p.
24. Hill S., Bradshav P. Mobile-First Journalism : Producing News for Social and Interactive Media. New York ; London : Routledge, 2018. 240 p.
25. Houston B., Horvit M. Investigative Reporter's Handbook: A Guide to Documents, Databases, and Techniques. 6th ed. Boston ; New York : Bedford/St. Martin's, 2020. 464 p.
26. Leigh D. Investigative Journalism : A Survival Guide. London : Palgrave Macmillan, 2019. 232 p.
27. Rife D. M. Journalism and the Public. Cambridge, UK : Polity, 2016. 213 p. (Key Concepts in Journalism).

Додаткова

1. Батаєва К.В. Візуальне від античності до постсучасності. К.: Кондор, 2017. 241 с.
2. Артамонова І.М. Блог у системі соціальних комунікацій. Наукові записи Інституту журналістики. К., 2017. Т.38. С.44 – 48.
3. Пилипенко К.О. Світ соціальних комунікацій. 2016.Т.1. С. 16 – 18. Блогінг як захоплення, блогінг як самоціль та інструмент.
4. Засоби масової інформації : професійні стандарти, етика та законодавчі норми :
5. наук. видання / укл. : Т. Петрів, А. Сафаров, В. Сюмар, О. Чекмишев О. Київ : Ніч лава, 2006. 100 с.
6. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
7. Кокарча Ю. А. Соціальні мережі як чинник політичного впливу в умовах розвитку демократичної політичної культури : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2020. 20 с.
8. Ла Рош фон В. Вступ до практичної журналістики : навч. посібник / пер. з нім В. Климченка, А. Баканова; за загал. ред. В. Ф. Іванова та А. Коль. Київ : АУП, 2005. 229 с.
9. Михайлова О. Ю. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. 2014. Вип. 4–5. С. 130–141.
10. Ноель-Нойманн Е. Громадська думка // Публіцистика. Масова комунікація : Медіа-енциклопедія / за заг. ред. В. Ф. Іванова. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. С. 115–128.
11. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.
12. Crystal D. Language and the Internet. 2nd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2006. 316 p.
13. Encyclopedia of New Media : An Essential Reference to Communication and Technology / ed. by Steven G. Jones. Thousand Oaks, CA : Sage Publications, 2003. 532 p.
14. International Handbook of Internet Research / ed. by Jeremy Hunsinger, Lisbeth Klastrup, Matthew Allen. London : Springer, 2010. 512 p.
15. New Media, Old Media / ed. by Natalie Fenton. London, New Delhi : Journalism & Democracy in the Digital Age. London : SAGE Publications, 2010. 220 p.
16. New Media Language / ed. by Jean Aitchison and Diana M. Lewis. London ; New York : Routledge, 2004. 209 p.

Інформаційні ресурси

1. Уроки для початківців блогерів. URL: <https://vse-kursy.com/read/351-uroki-dlya-nachinayuschihbloggerov-besplatnye-obuchayuschie-video.html>
2. Start Blog Up. URL: <https://startblogup.com/>
3. Лапіна-Кратасюк Е. Особливості нових медіа. URL : <https://postnauka.ru/video/38005> (дата звернення: 25.08.2021).
4. Соломадін І. Нові медіа : між маніпуляцією та діалогом. URL : https://issuu.com/mediatopos2/docs/media-studies-for-site__2_ (дата звернення: 25.08.2021).
5. Нові медіа і мережевий принцип соціальної організації. URL : <http://www.towave.ru/pub/pravila-vzaimodeistviya-v-sotsialnykh-media.html> (дата звернення: 25.08.2021).
6. Наддержавний характер мереж. URL : <http://www.belaruspartisan.org/m/opinions/208145> (дата звернення: 25.08.2021).
7. Віртуальні спільноти як нова форма соціальності: віртуальне суспільство? URL : <http://www.rae.ru/monographs/23-644> (дата звернення: 25.08.2021).
8. Філь М. Вплив феномена соціальних мереж на процеси самоорганізації суспільства. URL : <http://niisocio.ru/press-centr/nauchnye-stati/142-vliyanie-fenomena-otsialnykh-setej-na-protsessy-samoorganizatsii-obshchestva> (дата звернення: 25.08.2021).
9. Соломадін І. Освіта 2.0 : Індивідуальна траєкторія, особливе середовища і рівноправність учасників. URL : <http://blog.schoolchampion.in.ua/2011/07/obrazovaniye-2-0/> (дата звернення: 25.08.2021).
10. Соловьяненко Д. В. Ключеві принципи веб 2.0. URL : <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/6913/22-Solovyuanenko.pdf?sequence=1> (дата звернення: 25.08.2021).
11. О'Рейлі Т. Що таке веб 2.0. URL : <https://www.rulit.me/books/shcho-take-veb-2-0-read-250163-1.html> (дата звернення: 25.08.2021).
12. Сервіси web 2.0. Презентація. URL : <https://ppt-online.org/90106> (дата звернення: 25.08.2021).
13. Блоги всеукраїнських інтернет-видань. URL : <http://www.pravda.com.ua/>, <http://24tv.ua/>, <http://www.radiosvoboda.org/>, <http://www.hromadske.tv/air/efir/>, <http://zik.ua/>, <http://www.galychyna.if.ua/>, <http://report.if.ua/>, <http://gk-press.if.ua/> (дата звернення: 25.08.2021).
14. Дзеркало тижня. URL : <http://dt.ua/> (дата звернення: 25.08.2021).

15. Журналістика даних : посібник. Громадянська журналістика даних. URL : [http:// texty.org.ua/pg/chapter/newsmaker/read/40161/41883](http://texty.org.ua/pg/chapter/newsmaker/read/40161/41883) (дата звернення: 25.08.2021).
16. Інструмент створення блогу. URL : <https://uk.wordpress.org/> (дата звернення: 25.08.2021).
17. Половинчак Ю. М. Особливості функціонування української блогосфери URL : http://seanewdim.com/uploads/3/2/1/3/3213611/polovynchak_y_features_of_functioning_of_ukrainian_blogsphere.pdf (дата звернення: 25.08.2021).
18. Ткаченко І., Фенько Н., Фомін Є. Професійні основи блогера. URL : <http://uhrf.org/download/32.pdf> (дата звернення: 25.08.2021).
19. Українська блогосфера. URL : <http://blogsphere.com.ua/> (дата звернення: 25.08.2021).
20. Фактор внутрішнього цензора. URL : http://www.telekritika.ua/redpolitics/2012-02-24/69839?theme_page=160& (дата звернення: 25.08.2021).
21. Центр демократії та верховенства права. URL : <http://cedem.org.ua/> (дата звернення: 25.08.2021).
22. Шенкнех М. Українська блогосфера : хто, коли, навіщо? // MIXARIUM. URL : <https://mixarium.wordpress.com/2017/01/14> (дата звернення: 25.08.2021).
23. Як нові медіа змінили журналістику. URL : <http://newmedia2016.digital-books.ru/> (дата звернення: 25.08.2021).

Додатки

(зразки завдань для перевірки знань)

Приклад різнорівневого завдання

Початковий рівень – по 0,5 бала

1) Блогер - це:

- а) людина, що веде свій блог
- б) журналіст на телевізійному каналі
- в) людина, що знімає всілякі відоси і постить їх у мережі

2) Має заголовок, дату публікації, зміст (інформаційне наповнення):

- а) пост
- б) коментар
- в) шапка профілю

3) Блог - це

- а) мережевий журнал або щоденник подій, який регулярно поповнюється текстами, фото або мультимедійними даними
- б) людина, що веде свій щоденник
- в) вища надприродна сила

4) Всесвітня комп'ютерна мережа, що об'єднує різні мережі та окремі комп'ютери - це

- а) інтернет
- б) радіо
- в) кіно

Середній рівень – по 0,5 бала

1) Скорочено від «роботи» — анонімні, штучно створені користувачі, які прикидаються справжніми людьми - це:

- а) тролі
- б) боти
- в) блогери

2) Мережевий журнал або щоденник подій, який регулярно поповнюється текстами, фото або мультимедійними даними - це:

- а) блог
- б) коментар
- в) пост

3) Відмінністю блогів від щоденникових записів є те, що:

- а) є сторонні читачі, які можуть вступати з автором у дискусію

б) коментарі заблоковані від сторонніх читачів

в) він є віртуальним, а не паперовим

Достатній рівень – 1 бал

- 1) Обрати популярний блог та класифікувати його. Визначити причини популярності.

Високий рівень – по 0,5 бала

- 1) Визначення ризиків суб'єктивізму, маніпулятивних технологій та стилістичних помилок у веденні блогів «лідерами думок» в Україні.