



Міжнародний гуманітарний університет  
Факультет дизайну і мистецтва  
Кафедра кіно і телебачення

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**Блогінг та контент-менеджмент у етерних ЗМІ**

**Галузь знань**  
**Спеціальність**  
**Назва освітньої програми**  
**Рівень вищої освіти**

02 «Культура і мистецтво»  
021 «Аудіовізуальне мистецтво і виробництво»  
Аудіовізуальне мистецтво і виробництво  
перший (бакалаврський) рівень

<b>Розробники і викладачі</b> <i>(зазначаються розробники і викладачі, які викладають дисципліну - посада, наук. ступінь, вчене звання, П.І.Б.)</i>	<b>Контактний тел.</b>	<b>E-mail</b>
Старший викладач кафедри кіно і телебачення <b>Чубук Олег Леонтійович</b>	050-191-44-11	chubukol@gmail.com

### 1. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

**Блогінг та контент-менеджмент у етерних ЗМІ** - навчальна дисципліна вибіркового блоку професійної підготовки здобувачів спеціальності «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво» кваліфікації «Диктор та телеведучий». Курс має важливе значення для здобувачів, які пов'язують свою подальшу професійну діяльність у сфері аудіовізуального виробництва, сприяє формуванню у них певних вмінь та навичок, які знадобляться у практичній діяльності. Предметною сферою навчальної дисципліни є особливості, функції, принципи, форми діяльності блогерів, сутність, завдання, тренди контент-менеджменту у етерних ЗМІ.

**Метою** курсу як навчальної дисципліни є формування у студентів загальних і професійних компетентностей щодо роботи з блогами, блогерами, спрямованими на вирішення практичних завдань комунікації задля інтересів діяльності за фахом, формування теоретичних знань та практичних навичок для роботи у блогосфері, сприяти розумінню місця і ролі блогів у житті телебачення, впливу на суспільне життя; вивчення різновидів блогів, методики, принципів, технології створення блогів на різних платформах; ознайомлення з основами

контент-менеджменту в етерних ЗМІ, побудови контент-стратегії та формування контент-плану, виробництвом і доставкою інформаційного продукту споживачу, шляхами монетизації контенту відповідно до жанрової особливості та тематики.

**Передумови для вивчення дисципліни** Дисципліна є логічним продовженням курсів «Кіно-телевиробництво та продюсування», «Менеджмент, реклама та PR в кіно та на телебаченні», «Культура екранного мовлення» і спрямована на поглиблення знань теорії та покращення практичних навичок в телевізійному виробництві, що стане основою професійної підготовки майбутніх фахівців аудіовізуального мистецтва і виробництва.

## **2. ОЧІКУВАНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ, ЯКІ ПЛАНУЄТЬСЯ СФОРМУВАТИ ТА ДОСЯГНЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ**

У процесі реалізації програми дисципліни «Блогінг та контент-менеджмент у етерних ЗМІ» формуються наступні компетентності із передбачених освітньою програмою:

### **Інтегральна компетентність**

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в аудіовізуальній сфері або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій аудіовізуального мистецтва характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

### **Загальні компетентності (ЗК)**

ЗК1. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності.

ЗК2. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК9. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

### **Спеціальні (фахові) компетентності:**

ФК6. Здатність здійснювати професійну діяльність із застосуванням сучасних досягнень теорії та методології аудіовізуального мистецтва та виробництва з урахуванням широкого спектру міждисциплінарних зв'язків.

ФК8. Здатність збирати, аналізувати, синтезувати художню інформацію та застосовувати її в практичній діяльності.

ФК14. Здатність відстежувати перспективні зміни в сфері аудіовізуального мистецтва, використовуючи оригінальні іншомовні джерела.

Навчальна дисципліна «Блогінг та контент-менеджмент у етерних ЗМІ» забезпечує досягнення **програмних результатів навчання (РН)**, передбачених освітньою програмою:

ПРН5. Генерувати нові ідеї для втілення їх в аудіовізуальному творі.

ПРН8. Забезпечувати підготовчий, виробничий та пост-виробничий етапи створення (виробництва) аудіовізуальних творів різних видів, жанрів, стилів.

ПРН11. Знати, розуміти і використовувати у професійній діяльності концептуально-видові та стилістичні стандарти телевізійного ефіру, вимоги до особливості роботи у прямому ефірі, підготовки телевізійних програм різних жанрів.

ПРН17. Збирати, оцінювати, аналізувати та обробляти інформацію з використанням сучасних інформаційних технологій та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН18. Приймати ефективні рішення на основі релевантних даних із застосуванням сучасних методів і засобів прийняття рішень, у тому числі багатокритеріальних рішень в умовах невизначеності.

## **3. ОБСЯГ ТА ОЗНАКИ КУРСУ**

Загалом		Вид заняття (денне відділення / заочне відділення)			Ознаки курсу		
ЄКТС	годин	Лекційні заняття	Практичні заняття	Самостійна робота	Курс, (рік навчання)	Семестр	Обов'язкова / вибіркова
7	210	42	56	112	4	7/8	Вибіркова

#### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	усього	лекційні заняття	практичні заняття	самостійна робота
Тема 1. Феномен блогерства. Блог як метод, форма впливу на громадську думку.	18	4	4	10
Тема 2. Концептуальні засади, ведення блогу.	20	4	6	10
Тема 3. Блогінг соціальних мереж «на службі» телебачення.	20	4	6	10
Тема 4. Специфіка відеоблогів: дискурс, соціальне явище, комунікаційна технологія.	22	4	6	12
Тема 5. Жанрово-тематична класифікація відеоблогів.	20	4	6	10
Тема 6. Особливості взаємодії з інфлюенсерами.	20	4	4	10
Тема 7. Основні принципи роботи з медіаконтентом.	20	4	6	10
Тема 8. Різновиди контенту в етерному мовленні.	20	4	6	10
Тема 9. Медіаконтент і етика: особливості застосування деяких з етичних принципів подачі інформації етерними ЗМІ.	16	2	4	10
Тема 10. Телевізійний контент-менеджмент під час війни.	18	4	4	10
Тема 11. Медіабренд як один із чинників ефективності просування медіаконтенту.	16	2	4	10
<b>Усього годин</b>	<b>210</b>	<b>42</b>	<b>56</b>	<b>112</b>
<b>ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ - ЕКЗАМЕН</b>				

#### 5. ТЕХНІЧНЕ Й ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ / ОБЛАДНАННЯ

Студенти отримують теми та питання курсу, основну і додаткову літературу, рекомендації, завдання та оцінки за їх виконання як традиційним шляхом, так і з використанням університетської платформи он-лайн навчання на базі Moodle. Окрім того, практичні навички у пошуку та аналізу інформації за курсом, з оформлення індивідуальних завдань, тощо, студенти отримують, користуючись університетськими комп'ютерними класами та бібліотекою.

## 6. САМОСТІЙНА РОБОТА

До самостійної роботи студентів щодо вивчення дисципліни «Блогінг та контент-менеджмент у етерних ЗМІ» включаються:

1. Знайомство з науковою та навчальною літературою відповідно зазначених у програмі тем.
2. Опрацювання лекційного матеріалу.
3. Підготовка до практичних занять.
4. Консультації з викладачем протягом семестру.
5. Самостійне опрацювання окремих питань навчальної дисципліни.
6. Підготовка та виконання індивідуальних завдань у вигляді есе, рефератів тощо.
7. Підготовка до підсумкового контролю.

### Тематика та питання до самостійної підготовки та індивідуальних завдань

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	<p><b>Тема 1. Феномен блогінгу. Блог як метод і форма впливу на громадську думку.</b> Поняття блогу, виникнення і сьогодення блогосфери. Блог як метод, соціальне явище, інструмент комунікації. Функції, призначення блогів. Типологія (різновиди, формати) блогів. Платформи для створення і просування блогів (WordPress, Blogger, Medium, Wix).</p> <p><b>Реферат</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Блог як історичне продовження розвитку ЗМІ.</li><li>2. Блог – нова журналістика?</li><li>3. Блог – «театр одного актора»?</li></ol> <p><b>Презентація</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Платформи для створення блогів.</li></ol>	10
2	<p><b>Тема 2. Концептуальні засади, ведення блогу.</b> Ідея, тематика, зміст (контент), мета допису. Структурні особливості, підготовка тексту допису. Сервіси для роботи с текстом, фотоілюстраціями, відеоматеріалами. Контент-план як вагома складова діяльності блогера.</p> <p><b>Реферат</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Блог: без правил і стандартів?</li><li>2. Основні правила підготовки тексту допису.</li></ol> <p><b>Презентація</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Найбільш популярні сервіси для роботи з фото- відеоматеріалами.</li></ol>	10

3	<p><b>Тема 3. Блогінг соціальних мереж «на службі» телебачення.</b>  Блог як вагома складова соціальних медіа. Жанрова палітра блогів соцмереж. Ведення, просування блогів в Instagtam, Facebook, Pinterest. Мікроблоги (Twitter, Telegram).</p> <p><b>Реферат</b>  1. Питома вага, доля блогів в соцмедіа.</p> <p><b>Есе</b>  1. Блоги соціальних медіа: чи є місце жанровому розмаїттю?</p> <p><b>Презентація</b>  1. Блоги-«мільйонери».  2. Макровплив мікроблогів.</p>	10
4	<p><b>Тема 4. Специфіка відеоблогів: дискурс, призначення.</b>  Дискурс, призначення, специфіка створення відеоблогів. Створення акаунта на Youtube (Vimeo, IGTV, SoundCloud, Apple Podcasts). Просування відео та монетизація каналу на Youtube. Аналіз глядацької аудиторії.</p> <p><b>Презентація</b>  1. Як створити акаунт на Youtube.  2. Монетизація відеоблогу: основні кроки.  3. Основні помилки в роботі з аудиторією відеоблогу.</p>	12
5	<p><b>Тема 5. Жанрово-тематична класифікація відеоблогів.</b>  Інформаційний, навчальний, розважальний, політематичний відоблогінг. Найбільш вживані жанри відеоблогів. Новітні тренди відеоблогінгу (анпакінги, стріми та інше). Професійні та етичні стандарти блогерства.</p> <p><b>Есе</b>  1. Блог: проблема вибору.</p> <p><b>Реферат</b>  1. Сучасні тенденції навчального (розважального, інформаційного) блогу.  2. Причини популярності анпакінгу.  3. Блог: «бої без правил», чи все ж стандарти?  4. Етика блогерства.</p> <p><b>Презентація</b>  1. Блоги-стріми: тенденції, перспективи.</p>	10
6	<p><b>Тема 6. Особливості взаємодії з інфлюенсерами.</b>  Види інфлюенсерів: який вам найбільше «підійде» для просування? Як працювати із «зірковими» блогерами, з підерами думок. Сучасні тенденції інфлюенс-маркетингу, його роль в соціальних мережах. Особливості ринку інфлюенсер-маркетингу.</p> <p><b>Есе</b>  1. Інфлюенсер: блогер чи «вже» не блогер?</p> <p><b>Реферат</b>  1. Як залучити «зірку» до співпраці.</p>	10

	<p><b><u>Презентація</u></b> 1. Сучасні тенденції інфлюенсер-маркетингу.</p>	
7	<p><b>Тема 7. Основні принципи роботи з медіаконтентом.</b> Сучасні пріоритети телевізійного контенту. Інструменти роботи контент-менеджера. Мультимедійність контенту як один із специфічних принципів медіаменеджменту. Способи монетизації контенту. <b><u>Есе</u></b> 1. Контент: що на першому місці? <b><u>Реферат</u></b> 1. Який він – успішний контент-менеджер? <b><u>Презентація</u></b> 1. «Першопроходці» монетизації блогів.</p>	10
8	<p><b>Тема 8. Різновиди контенту в етерному мовленні.</b> Жанровий, тематичний і структурний аспекти (контексти) сучасного телевізійного контенту. Новинний контент як «фішка» телеканалу. Місце і вміст користувацького контенту в етерному мовленні. <b><u>Реферат</u></b> 1. Який він – сучасний телевізійний контент? 2. Формати інформаційних випусків на національних каналах. <b><u>Презентація</u></b> 1. Телеканал, який впізнають по новинах. <b><u>Есе</u></b> 1. Не новинами єдиними.</p>	10
9	<p><b>Тема 9. Медіаконтент і етика: особливості застосування деяких з етичних принципів подачі інформації етерними ЗМІ.</b> Чи обов'язково оприлюднювати суспільно значимі новини. Висвітлення чутливих тем, шоківі матеріали. Захист джерел інформації. <b><u>Есе</u></b> 1. Контент має значення. <b><u>Реферат</u></b> 1. Як правильно висвітлювати інформацію про постраждалих. <b><u>Презентація</u></b> 1. Новели законодавства в питанні дотримання етики висвітлення.</p>	10

10	<p><b>Тема 10. Телевізійний контент-менеджмент під час війни.</b> Розважальний контент воєнного стану: чи на часі. Чи є на вітчизняних телеканалах місце пропаганді в умовах дії правового режиму «Воєнний стан». Як правильно висвітлювати інформацію про постраждалих. Нетравматичні методи ведення інтерв'ю телеведучим під час модерування «прямого» етеру інформаційно-аналітичної програми.</p> <p><b>Есе</b> 1. Чи є місце інфотейменту під час війни. 2. Чому я «за» («проти») пропаганди в умовах війни.</p> <p><b>Реферат</b> 1. Як запобігти ретравматизації небережним питанням.</p> <p><b>Есе</b> 1. Мова ворожнечі: чи актуальна розмова?</p>	10
11	<p><b>Тема 11. Медіабренд як один із чинників ефективності просування медіаконтенту.</b> Медіабренд як найголовніший актив телепродукту і основне поняття в інтегрованих маркетингових комунікаціях. Роль медіабренду в кросплатформному поширенні відеоконтенту.</p> <p><b>Есе</b> 1. Медіабренд не самоціль, але передумова успішної дистрибуції. 2. Куди зникають бренди?</p> <p><b>Презентація</b> 1. Історія виникнення «найгучнішого» медіабренду.</p>	10
<b>Всього</b>		<b>112</b>

## 7. ВИДИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Робоча програма навчальної дисципліни передбачає наступні види та методи контролю:

Види контролю	Складові оцінювання
<b>поточний контроль</b> , який здійснюється у ході: проведення практичних занять, виконання індивідуального завдання; проведення консультацій та відпрацювань.	<b>50%</b>
<b>підсумковий контроль</b> , який здійснюється у ході проведення іспиту (заліку).	<b>50%</b>

<b>Методи діагностики знань (контролю)</b>	фронтальне опитування; наукова доповідь, реферати, усне повідомлення, індивідуальне опитування; робота у групах; ділова гра, розв'язання ситуаційних завдань, кейсів, практичних завдань, іспит (залік)
--	---

## 8. ОЦІНЮВАННЯ ПОТОЧНОЇ, САМОСТІЙНОЇ ТА ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

### З ПІДСУМКОВИМ КОНТРОЛЕМ У ФОРМІ ЕКЗАМЕНУ/ ЗАЛІКУ

<b>Денна форма навчання</b>			
<i>Поточний контроль</i>			
<b>Види роботи</b>	<b>Планові терміни виконання</b>	<b>Форми контролю та звітності</b>	<b>Максимальний відсоток оцінювання</b>
<b>Систематичність і активність роботи на семінарських (практичних) заняттях</b>			
1.1. Підготовка до практичних занять	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Перевірка обсягу та якості засвоєного матеріалу під час практичних занять	<b>25</b>
<b>Виконання завдань для самостійного опрацювання</b>			
1.2. Підготовка програмного матеріалу (тем, питань), що виносяться на самостійне вивчення	-//-	Розгляд відповідного матеріалу під час аудиторних занять або ІКР <sup>1</sup> , перевірка конспектів навчальних текстів тощо	<b>10</b>
<b>Виконання індивідуальних завдань (науково-дослідна робота студента)</b>			
1.3. Підготовка реферату (есе) за заданою тематикою	Відповідно до розкладу занять і графіку ІКР	Обговорення (захист) матеріалів реферату (есе)	<b>10</b>
1.4. Інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовка наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо.	-//-	Обговорення результатів проведеної роботи під час аудиторних занять або ІКР, наукових конференцій та круглих столів.	<b>5</b>
<b>Разом балів за поточний контроль</b>			<b>50</b>
<b>Підсумковий контроль</b> екзамен / залік			<b>50</b>
<b>Всього балів</b>			<b>100</b>

### 9. КРИТЕРІЇ ПІДСУМКОВОЇ ОЦІНКИ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ (для іспиту / заліку)

Рівень знань оцінюється:

- «відмінно» / «зараховано» А - від 90 до 100 балів. Студент виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію, демонструє знання матеріалу, проводить узагальнення і висновки. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, під час яких давав вичерпні, обґрунтовані, теоретично і практично правильні відповіді, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;

<sup>1</sup> Індивідуально-консультативна робота викладача зі студентами



- «добре» / «зараховано» В - від 82 до 89 балів. Студент володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;

- «добре» / «зараховано» С - від 74 до 81 балів. Студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, але дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, реферату та активність у науково-дослідній роботі;

- «задовільно» / «зараховано» D - від 64 до 73 балів. Студент був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на середньому рівні, допускає помилки, серед яких є значна кількість суттєвих. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, рефератів (есе);

- «задовільно» / «зараховано» E - від 60 до 63 балів. Студент був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки, має неповний конспект з завданнями до самостійної роботи.

- «незадовільно з можливістю повторного складання» / «не зараховано» Fx – від 35 до 59 балів. Студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу.

- «незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни» / «не зараховано» F – від 0 до 34 балів. Студент не володіє навчальним матеріалом.

**Таблиця відповідності результатів контролю знань за різними шкалами**

100-бальною шкалою	Шкала за ECTS	За національною шкалою	
		екзамен	залік
90-100 (10-12)	A	Відмінно	зараховано
82-89 ( 8-9)	B	Добре	
74-81(6-7)	C	Задовільно	
64-73 (5)	D		
60-63 (4)	E		
35-59 (3)	Fx	незадовільно	не зараховано
1-34 (2)	F		

## 10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Островська Н.В. Прикладні соціально-комунікаційні технології: навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017.
2. Онищенко О.С. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія /О.С. Онищенко та ін. – К. : НБУВ, 2017.
3. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння / Б. Потятинник. – Львів : ПАІС, 2016.

4. Пекар В. Різнобарвний менеджмент. Київ : Фоліо, 2022. 192 с.
5. Лазаренко Т. В., Пермінова С.О. Основи менеджменту : конспект лекцій. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021.166 с.
6. Рос Д. Тайм-менеджмент для творчих людей. Київ : Artbooks, 2021. 160 с.
7. Бутко М.П., Стратегічний менеджмент в умовах посилення інтеграційних процесів. Підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2021. 344 с.
8. Пітерс С. Парадокс Шимпанзе. Менеджмент розуму. Київ : BookChef, 2020. 432 с.
9. Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. «Інноваційний менеджмент». Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 256 с.
10. Черченко О. Сучасні технології нейролінгвістичного програмування. Навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 200 с.
11. Снітко Є. О., Завгородня Є. Є. Менеджмент: підруч. для студ. ден. та заоч. форм навч. Старобільськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2018. 281 с.
12. Парубець О. Блогінг як різновид альтернативної журналістики. Results of modern scientific research and development. (October 17-19, 2021). Varca Academy Publishing, Madrid, Spain. 2021. 346-350 с.
13. Чекмишев О. Основи якісного блогерства : навчальний посібник / О. Чекмишев Л. Ярошенко. Київ : 2014, ФОП А. М. Рудницька. 48 с.

#### **Допоміжна**

14. Батаєва К.В. Візуальне від античності до постсучасності. К.: Кондор, 2017.
15. Артамонова І.М. Блог у системі соціальних комунікацій. Наукові записи Інституту журналістики. К., 2017.
16. Пилипенко К.О. Світ соціальних комунікацій. 2016.Т.
17. Волкова М. Ваші перші кроки в блогінгу. 2009
18. Штайншаден Я. Соціальна мережа. Феномен Facebook 2011.
19. Кремньов Д. Просування в соціальних мережах.
20. Полещук С. Ідеальний план просування через соціальні мережі. 2012.
21. Гвоздєв, В. М. (2013), «Блогінг як вияв і знаряддя громадянської журналістики», Вісник Львівського ун-ту Серія журн.,вип. 38, с. 469–476.
22. Ладика І. Я. Особливості української блогосфери (на прикладі текстів Віталія Портникова та Павла Каразіна). Соціально-гуманітарний вісник. 2019. Вип. 25. С. 9-14. 2.
23. Мордюк А. О. Вплив соціальних мереж на контент телевізійних випусків новин. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. – 57. С. 152–156

#### **Інтернет-ресурси**

24. Коваль С. В. Відеоконтент користувачів у новинах / С. В. Коваль // Поліграфія і видавнича справа. - 2016. - № 2. - С. 256–265. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pivs\\_2016\\_2\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pivs_2016_2_30).
25. Крохмальний Р. О. Відеоблог як явище сучасної інтернет-комунікації (дискурсивні маркери і когерентність обр азу) / Р. О. Крохмальний, Д.Р. Крохмальний // Молодий вчений. - 2018. - №8(1). - С. 18- 21. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2018\\_8\(1\)\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_8(1)_6).
26. Трегуб А. М. Зображальні засоби сервісно- експертного відеоконтенту / А. М. Трегуб // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2019. - № 2. - С. 87- 91. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk\\_2019\\_2\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2019_2_17).

27. Шолухо Н. Соціально-філософський аналіз інтернет-блогу як сучасного варіанту особистого щоденника (в контексті віртуальної комунікації) [ Електронний ресурс ] – Режим доступу : <http://www.stationline.org.ua/pravo/62/8608-socialno-filosofskij>

#### **Інформаційні ресурси**

28. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського : веб-сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>. (дата звернення: 02.09.2022).

29. Он-лайн бібліотека. URL: <http://www.lib.com.ua>. (дата звернення: 02.09.2022).

30. <http://www.info-library.com.ua/books-book-149.html> (дата звернення: 02.09.2022).