

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково роботи
та міжнародної діяльності
Наталія ВІННІКОВА
 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ:

ТЕОРЕТИКО-ЕМПІРИЧНИЙ КОНТЕНТ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ:

Інтернет-комунікації у медіадослідженнях

для аспірантів

спеціальності 061 «Журналістика»
освітнього рівня третього (освітньо-наукового)
освітньо-наукової програми «Журналістика»

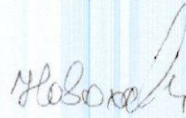
Київ – 2025

Розробник: Нетребба М.М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклама і зв'язки з громадськістю

Викладач: Нетребба М.М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклама і зв'язки з громадськістю

Протокол № 1 від 17 січня 2025 року

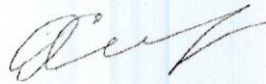
Завідувач кафедри



Леонід НОВОХАТЬКО

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-наукової програми
«Журналістика»
17 січня 2025 року

Гарант освітньо-наукової програми



Олег СЕМЕНЮК

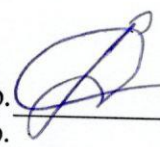
Робочу програму перевірено
17 січня 2025 року

Завідувач аспірантури, докторантури



Ілона ТРИГУБ

Пролоно́вано:

на 20 <u>25</u> / 20 <u>26</u> н.р.		(<u>М. М. Нетребба</u>),	" <u>28</u> " " <u>03</u> " 20 <u>25</u> р.,	протокол № <u>1</u>
на 20 ___ / 20 ___ н.р.	(_____)	,"___"___ 20 ___ р.,	протокол № ___	
на 20 ___ / 20 ___ н.р.	(_____)	,"___"___ 20 ___ р.,	протокол № ___	
на 20 ___ / 20 ___ н.р.	(_____)	,"___"___ 20 ___ р.,	протокол № ___	

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Інтернет-комунікації у медіадослідженнях		
Вид дисципліни	вибіркова	вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	українська
Курс	2	2
Семестр	4	4
Кількість змістових модулів з розподілом:	2	2
Обсяг кредитів	2	2
Обсяг годин, в тому числі:	60	60
аудиторні		
модульний контроль	4	4
семестровий контроль		
самостійна робота	40	40
форма семестрового контролю	залік	залік

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Інтернет-комунікації у медіадослідженнях» присвячений основами досліджень у сфері інтернет-комунікацій, аналізу медійного контенту та його впливу на аудиторію в цифрову еру.

Завдання дисципліни передбачають:

- розвивати **загальні компетентності**:

⇒ ЗК 2 Здатність до розуміння сучасної методології освіти; застосовування методів наукового пізнання; проведення науководослідної діяльності; розробка й управління науководослідницькими проєктами на засадах лідерства; методологічно та

технологічно грамотне здійснення наукового дослідження; інтерпретація його результатів; ефективне висвітлення, поширення знань щодо наукових досліджень та інновацій;

⇒ ЗК 6 Здатність працювати у міжнародному контексті; здатність до використання зарубіжного досвіду в реалізації завдань власного дослідження.

- розвивати **фахові компетентності**:

⇒ СК 5 Здатність спілкуватися в конверсаційному порядку з широкою міжнародною, національною науковою спільнотою та громадськістю в соціально-комунікаційній галузі наукової та/або професійно діяльності.

⇒ СК 7 Здатність до вивчення та покращення наявних дослідницьких методів, систем і технологій; інтерпретація особливостей розвитку особистості в процесі самонавчання та в умовах модернізації суспільства.

3. Результати навчання за дисципліною

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких **програмних результатів**:

⇒ РН 1 Критично мислити, розумітися та демонструвати цілісне наукове знання в галузі соціально-комунікаційної діяльності, використовувати набутий особистісно-професійний досвід для вирішення наукових та фахових завдань; аналізувати міждисциплінарні явища і процеси; реалізувати власний аксіологічний та науковий потенціал.

⇒ РН 4 Використовувати міжнародний досвід при реалізації завдань власного дослідження, використовувати іншомовні інформаційні ресурси, які знаходяться у наукометричних базах для самостійної підготовки наукових публікацій до міжнародних видань та участі у міжнародних наукових проектах.

⇒ РН 7 Знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел; здійснювати комунікаційну взаємодію за допомогою соціальних мереж; використовувати прийоми створення, збереження, накопичення та інтерпретації даних з використанням сучасних інформаційних і комунікаційних технологій, використовувати для обґрунтування висновків належні докази, наявні літературні дані, працювати з науковою інформацією зі спеціальних літературних джерел та мережі Інтернет.

⇒ РН 9 Працювати з науковими та медіатекстами, виявляти та формувати нові ідеї та актуальні наукові проблеми, здійснювати проєктування наукової роботи, визначити проблематику, гіпотезу, мету, завдання, об'єкт та предмет дослідження, складати план дослідження.

В результаті вивчення дисципліни аспірант повинен:

знати:

- ключові концепції та теорії, пов'язані з інтернет-комунікаціями в медіадослідженнях.
- роль Інтернету у формуванні медіаіндустрії, а також вплив цифрових медіа на виробництво, поширення і споживання медіаконтенту.

вміти:

- аналізувати вплив цифрових медіа на традиційні медіаіндустрії;
- оцінити роль соціальних мереж у формуванні суспільного дискурсу.
- розвивати навички створення цифрового контенту з використанням різних платформ.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
4.1. Тематичний план для денної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторні	лекції	семінарські	практичні	Самостійна робота	Модульний контроль	Семестровий контроль
	МОДУЛЬ I. Ключові концепції і теорій, пов'язаних з інтернет-комунікаціями в медіадослідженнях								
1	Вступ до інтернет-комунікацій. Визначення основних термінів і понять. Еволюція інтернет-комунікацій	14	4	2		2	10		
2	Вплив інтернет-комунікацій на суспільство	14	4	2		2	10		
	Модульна контрольна робота	2						2	
	Всього за модуль 1.	30	8	4		4	20	2	
	МОДУЛЬ II . Майбутнє інтернет-комунікацій у медіадослідженнях: нові виклики та реальність								
3	Інновації та тренди в інтернет-комунікаціях	14	4	2		2	10		
4	Прогнозування майбутніх змін в інтернет-комунікаціях		4	2		2	10		
	Модульна контрольна робота	2						2	
	Всього за модуль 2.	30	8	4		4	20	2	
	Разом за навчальним планом	60		8		8	40	4	

4.2. Тематичний план для заочної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторні	лекції	семінарські	практичні	Самостійна робота	Модульний контроль	Семестровий контроль
	МОДУЛЬ I. Ключові концепції і теорій, пов'язаних з інтернет-комунікаціями в медіадослідженнях								
1	Вступ до інтернет-комунікацій. Визначення основних термінів і понять. Еволюція інтернет-комунікацій	14	2	2			12		
2	Вплив інтернет-комунікацій на суспільство	14	2			2	12		
Модульна контрольна робота		2						2	
Всього за модуль 1.		30	4	2		2	24	2	
	МОДУЛЬ II . Майбутнє інтернет-комунікацій у медіадослідженнях: нові виклики та реальність								
3	Інновації та тренди в інтернет-комунікаціях	14	4	2			12		
4	Прогнозування майбутніх змін в інтернет-комунікаціях		4			2	12		
Модульна контрольна робота		2						2	
Всього за модуль 2.		30	4	2		2	24	2	
Разом за навчальним планом		60		4		4	48	2	

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ І. КЛЮЧОВІ КОНЦЕПЦІЙ І ТЕОРІЙ, ПОВ'ЯЗАНИХ З ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯМИ В МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯХ

Тема 1. Вступ до інтернет-комунікацій. Визначення основних термінів і понять. Еволюція інтернет-комунікацій.

Визначення інтернет-комунікацій як науки та практики — предмет, об'єкт, методи дослідження, міждисциплінарний характер.

Основні терміни та поняття — цифрові медіа, нові медіа, соціальні медіа, Web 1.0/2.0/3.0, медіаконвергенція. Характеристики інтернет-комунікацій — інтерактивність, гіпертекстуальність, мультимедійність, глобальність, миттєвість.

Передумови виникнення інтернет-комунікацій — технологічні, соціальні та економічні фактори розвитку. Еволюція інтернет-комунікацій: доінтернетна ера (до 1969) — телеграф, телефон, перші комп'ютери, передумови. Народження Інтернету (1969-1990) — ARPANET, електронна пошта, протоколи TCP/IP, BBS. Епоха Web 1.0 (1990-2004) — World Wide Web, браузер, пошукові системи, статичні сайти, перші онлайн-медіа. Революція Web 2.0 (2004-2010) — соціальні мережі, блоги, користувацький контент, Wikipedia, YouTube, участь аудиторії. Мобільна та соціальна ера (2010-2015) — смартфони, Instagram, месенджери, візуальна комунікація, мобільний інтернет. Сучасний етап: Web 3.0 та штучний інтелект (2015-теперішній час) — AI, персоналізація, блокчейн, метавсесвіт, децентралізація.

Класичні теорії комунікації та їх адаптація до цифрового простору — теорія Шеннона-Вівера, семіотичний підхід, модель Лассуела. Сучасні теорії інтернет-комунікацій — теорія мережевого суспільства (М. Кастельс), теорія медіатизації. Моделі комунікації в цифровому просторі — багатоканальна комунікація, P2P, мережева комунікація, трансмедійна комунікація.

Вплив нових медіа на суспільство: політична сфера — електронна демократія, онлайн-активізм, роль соцмереж у революціях. Вплив нових медіа на суспільство: соціокультурна сфера — трансформація ідентичності, нові форми спільнот, зміна комунікаційних практик.

Принципи етичної поведінки в цифровому просторі — правдивість, повага, приватність, відповідальність, прозорість. Етичні виклики онлайн-комунікацій — дезінформація, кібербулінг, хейт-спіч, порушення приватності, маніпулювання. Відповідальність учасників цифрових комунікацій — користувачів, медіа, платформ, регуляторів, суспільства

Аналітика в інтернет-комунікаціях — веб-аналітика, соціальний моніторинг, інструменти дослідження (Google Analytics, SimilarWeb). Метрики та KPI цифрових комунікацій — охоплення, залученість, конверсія, sentiment analysis, ROI цифрових кампаній.

Тема 2. Вплив інтернет-комунікацій на суспільство

Медійний контент як об'єкт дослідження — визначення, типологія, характеристики цифрового контенту. Контент-аналіз медіаповідомлень — кількісний підхід, категорії кодування, статистична обробка даних. Якісні методи аналізу контенту — дискурс-аналіз, наративний аналіз, семіотичний підхід. Сентимент-аналіз та аналіз тональності — використання AI-інструментів, визначення емоційного забарвлення. Фрейм-аналіз медіаконтенту — виявлення рамок інтерпретації, ідеологічні конструкції в медіа. Візуальний аналіз медіаконтенту — іконографія, композиція, символізм зображень у цифрових медіа.

Теорії медіавпливу — культивация, agenda-setting, priming, uses and gratifications theory. Когнітивний вплив медіаконтенту на аудиторію — формування знань, установок, стереотипів. Афективний вплив медіа — емоційні реакції, емпатія, страх, радість від споживання контенту. Поведінковий вплив медіакомунікацій — зміна дій, споживчої поведінки, політичної активності.

Принципи взаємодії з цифровою аудиторією — діалогічність, персоналізація, оперативність реагування. Community management та модерація спільнот — побудова онлайн-спільнот, робота з негативом, створення лояльності. Соціальні медіа як платформи для користувацького контенту — Instagram, TikTok, YouTube, Facebook. User-Generated Content (UGC) — типи, мотивація створення, якість та достовірність користувацького контенту.

Роль користувацького контенту в новинному циклі — громадянська журналістика, очевидці подій, верифікація. Формування суспільного дискурсу через соціальні медіа — хештег-активізм, вірусні кампанії, онлайн-петиції. Цифрова журналістика — мультимедійність, інтерактивність, дата-журналістика, іммерсивні формати. Трансформація журналістських практик — швидкість публікації, fact-checking, співпраця з аудиторією. Етичні виклики цифрової журналістики — верифікація джерел, баланс швидкості та точності, приватність героїв.

Цифрова реклама та маркетинг — програматик, таргетована реклама, influencer marketing, content marketing, performance marketing.

МОДУЛЬ II. МАЙБУТНЄ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ У МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯХ: НОВІ ВИКЛИКИ ТА РЕАЛЬНІСТЬ

Тема 3. Інновації та тренди в інтернет-комунікаціях

Штучний інтелект у створенні контенту — GPT-моделі, автоматизована журналістика, AI-копірайтинг. Персоналізація контенту за допомогою AI — рекомендаційні алгоритми, таргетинг, індивідуалізація

медіаспоживання. Автоматизація в медіавиробництві — роботизована журналістика, автоматичний монтаж, генерація відео.

Віртуальна реальність (VR) у медіа — іммерсивна журналістика, VR-репортажі, нові формати розповіді. Доповнена реальність (AR) в комунікаціях — AR-фільтри, інтерактивний контент, покращення користувацького досвіду. Змішана реальність (MR) та її застосування — поєднання реального та віртуального світів у медіапросторі.

Метавсесвіт як нова комунікаційна платформа — віртуальні світи, цифрові аватари, нові форми взаємодії.

Блокчейн у медіа та комунікаціях — децентралізовані платформи, NFT для контенту, захист авторських прав. Технологія блокчейн для боротьби з фейками — верифікація джерел, незмінність даних, прозорість інформації.

5G та його вплив на медіакомунікації — швидкість передачі даних, стрімінг у високій якості, IoT. Голосові технології та подкастинг — голосові асистенти, аудіоконтент, smart speakers. Інтернет речей (IoT) у медіасфері — розумні пристрої, нові канали комунікації, збір даних. Стрімінгові платформи та зміна медіаспоживання — Netflix-модель, відмова від традиційного ТБ, он-демайд контент. Коротке відео як домінуючий формат — TikTok-ефект, вертикальне відео, кліпове мислення. Інтерактивний та іммерсивний контент — 360° відео, інтерактивні документальні фільми, гейміфікація. Social commerce — комерція через соціальні мережі — інтеграція покупок у соцмережі, інфлюенсер-маркетинг. Нейротехнології в комунікаціях — нейромаркетинг, Brain-Computer Interface, вимірювання реакцій мозку.

Етичні виклики нових технологій — дипфейки, маніпулювання через AI, приватність у метавсесвіті. Тренди цифрового контенту 2025 — гіперперсоналізація, автентичність, короткий формат, користувацький контент, ностальгія.

Тема 4. Прогнозування майбутніх змін в інтернет-комунікаціях

Методології прогнозування в медіасфері — сценарне планування, екстраполяція трендів, Delphi-метод. Аналіз поточних технологічних трендів — які технології змінять комунікації у найближчі 5-10 років. Прогнози розвитку штучного інтелекту — AGI (штучний загальний інтелект), етичні питання, контроль над AI. Майбутнє соціальних медіа — децентралізовані платформи, відмова від великих корпорацій, Web 3.0. Трансформація медіабізнес-моделей — підписка, мікроплатежі, блокчейн-токенізація контенту. Роль людини-журналіста у світі AI — які навички залишаться важливими, співпраця з AI.

Проблема цифрового розриву — нерівний доступ до технологій, соціальна ексклюзія, глобальна нерівність. Інформаційна перевантаженість та увага аудиторії — економіка уваги, конкуренція за користувача, цифрова втома. Загрози кібербезпеці в медіапросторі — хакерські атаки, витік даних, кібервійни, дезінформаційні кампанії. Проблема дипфейків та синтетичних

медіа — як розпізнавати, регулювання, вплив на довіру до медіа. Поляризація та фрагментація аудиторії — ехо-камери майбутнього, роль алгоритмів, соціальна роз'єднаність.

Регулювання цифрових платформ — антимонопольні закони, відповідальність платформ, баланс свободи та контролю. Конфіденційність даних у майбутньому — посилення або послаблення захисту, нові технології privacy.

Майбутнє медіаосвіти — навчання критичного мислення, адаптація до нових технологій, цифрова грамотність. Можливості персоналізованих медіа — індивідуальні новинні стрічки, AI-куратори, hyperpersonalization. Потенціал іммерсивних медіа — VR/AR журналістика, емпатія через технології, нові форми storytelling. Розвиток громадянської журналістики — демократизація медіавиробництва, нові платформи, колаборативні медіа. Інтеграція медіа та освіти — освітній контент, edutainment, нові формати навчання через медіа. Екологічна складова цифрових комунікацій — енергоспоживання дата-центрів, вуглецевий слід цифрових медіа. Сценарії майбутнього інтернет-комунікацій — оптимістичний, песимістичний, реалістичний прогнози на 2030-2040.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень аспірантів

6.1.1. Система оцінювання навчальних досягнень аспірантів денної форми навчання

Вид діяльності студента	Максимальна кількість	Модуль 1		Модуль 2	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	1	2	2	2
Відвідування семінарських занять	1	2	2	2	2
Робота на семінарських занять	10	2	20	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			69		69
Максимальна кількість балів	138				
Розрахунок коефіцієнта	$100/138 = 0,73$ Приклад. аспірант набрав: 119 балів; оцінка: $119:0,73 = 87$ балів, тобто "В" (зараховано)				

6.1.2. Система оцінювання навчальних досягнень аспірантів заочної форми навчання

Вид діяльності студента	Максимальна кількість	Модуль 1		Модуль 2	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування семінарських занять	1	1	1	1	1
Робота на семінарських занять	10	1	10	1	10
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20	4	20

Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			57		57
Максимальна кількість балів	114				
Розрахунок коефіцієнта	$100/114 = 0,70$ Приклад. аспірант набрав: 119 балів; оцінка: $119:0,70 = 83$ балів, тобто "В" (зараховано)				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Самостійна робота є видом позааудиторної індивідуальної діяльності аспіранта, результати якої використовуються у процесі вивчення програмового матеріалу навчальної дисципліни та містить результати дослідницького пошуку, відображає певний рівень його навчальної компетентності. В межах кожної теми аспіранти, використовуючи рекомендовану літературу, повинні самостійно опрацювати першоджерела за запропонованою тематикою. Огляд представити у вигляді наукового реферату за вибраною темою з прикладами з предметної області.

Теми самостійних робіт

МОДУЛЬ І. КЛЮЧОВІ КОНЦЕПЦІЙ І ТЕОРІЙ, ПОВ'ЯЗАНИХ З ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯМИ В МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯХ

Тема 1. Вступ до інтернет-комунікацій. Визначення основних термінів і понять. Еволюція інтернет-комунікацій.

1. Підготувати дослідження та аналіз еволюції Інтернет-комунікацій
2. Підготувати презентацію щодо вивчення та оцінка етики та відповідальності в цифрових комунікаціях

Тема 2. Вплив інтернет-комунікацій на суспільство

1. Проаналізувати вплив медіаконтенту на аудиторію за допомогою різних методів аналізу медіаконтенту.
2. Дослідити вплив цифрових медіа на журналістську етику та практику.

МОДУЛЬ ІІ. МАЙБУТНЄ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ У МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯХ: НОВІ ВИКЛИКИ ТА РЕАЛЬНІСТЬ

Тема 3. Інновації та тренди в інтернет-комунікаціях

1. Проаналізувати вплив віртуальної реальності, штучного інтелекту та технологій блокчейн на Інтернет-комунікації в медіадослідженнях.
2. Визначити та оцінити нові тенденції в Інтернет-комунікаціях, що є результатом технологічних інновацій у медіасфері.

Тема 4. Прогнозування майбутніх змін в інтернет-комунікаціях

1. Проаналізувати потенційні проблеми в Інтернет-комунікації
2. Дослідити можливості майбутнього Інтернет-комунікацій у медіадослідженнях

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Оцінка за кожний змістовий модуль включає бали за поточну роботу аспіранта на практичних заняттях, за виконання домашніх завдань, за модульну контрольну роботу. Модульний контроль знань аспіранта здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля. Форма проведення – тест, що складається з 20 питань закритої та відкритої форм. Модульна контрольна робота оцінюється у 25 балів. Критерії оцінювання модульного контролю наведено у таблиці.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль знань аспірантів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу дисципліни у формі заліку. Підсумкова семестрова (залікова) рейтингова оцінка аспіранта є сумою підсумкових фактичних оцінок аспіранта за змістовими модулями.

6.5. Оцінювання освітніх досягнень аспірантів за системою ECTS

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
B	82-89 балів	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
C	75-81 балів	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності

E	60-68 балів	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

7. Рекомендовані джерела

Основна література (базова):

1. Скиба, О. П. (2019). Інтернет-комунікації в інформаційному суспільстві: соціокультурний аспект. Вісник Національного Авіаційного Університету. Серія: Філософія. Культурологія, 30(2), 173-177.
2. Романчук, С. М. (2016). Методологія інтернет-комунікації. Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна. Серія «Соціальні комунікації», (9), 42-45.
3. Паньків, О. В. (2017). Соціально-етичні складові Інтернет-комунікації. Гілея: науковий вісник, (125), 301-304.
4. Поплавський, М. М., & Кочубей, Л. О. (2020). Digital media: становлення новітньої комунікації.
5. Deuze, M. (2023). *Life in media: A global introduction to media studies*. MIT Press.
6. Hampton, K. N. (2023). Disciplinary brakes on the sociology of digital media: the incongruity of communication and the sociological imagination. *Information, Communication & Society*, 26(5), 881-890.
7. Wegmann, E., & Brand, M. (2016). Internet-communication disorder: It's a matter of social aspects, coping, and Internet-use expectancies. *Frontiers in psychology*, 7, 1747.
8. Wegmann, E., Müller, S. M., Ostendorf, S., & Brand, M. (2018). Highlighting Internet-communication disorder as further Internet-use disorder when considering neuroimaging studies. *Current Behavioral Neuroscience Reports*, 5, 295-301.
9. Van der Nagel, E. (2017). From usernames to profiles: The development of pseudonymity in Internet communication. *Internet Histories*, 1(4), 312-331.
10. McQuail, D., & Deuze, M. (2020). McQuail's media and mass communication theory.

11. Morris, M., & Ogan, C. (2018). The Internet as mass medium. In *The media, journalism and democracy* (pp. 389-400). Routledge.
12. Graham, M., & Dutton, W. H. (Eds.). (2019). *Society and the internet: How networks of information and communication are changing our lives*. Oxford University Press.
13. Curran, J., Fenton, N., & Freedman, D. (2016). *Misunderstanding the internet*. Routledge.
14. Gonzalez, W. J., & Arrojo, M. J. (2019). Complexity in the sciences of the Internet and its relation to communication sciences. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication*, 10(1), 15-33.
15. Kompare, D. (2019). Media Studies and the Internet. *Journal of Cinema and Media Studies*, 59(1), 134-141.
16. Tsatsou, P. (2016). *Internet studies: Past, present and future directions*. Routledge.
17. Su, C. C., Liu, J., & Zhou, B. (2020). Comparative media studies in the digital age| two levels of digitalization and internet use across Europe, China, and the US. *International Journal of Communication*, 14, 22.

8. Навчально-методична карта дисципліни
«Інтернет-комунікації у медіадослідженнях» (очна форма)

Разом: 60 год.; практичні заняття — 8 год., модульний контроль — 4 год., самостійна робота — 40 год.; підсумковий контроль — залік

Модуль	Модуль І Ключові концепції і теорії, пов'язаних з інтернет-комунікаціями в медіадослідженнях	
К-сть балів за модуль	69 балів	
Теми семінарських занять	Аналіз еволюції українських медіа: від друкованих видань до цифрових платформ— 11 б.	Контент-аналіз інформаційних кампаній у соціальних мережах: кейс хештег-активізму— 11 б.
Самостійна робота (СР)	СР № 1 – 5 б. СР № 2 – 5 б. СР № 3 – 5 б. СР № 4 – 5 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота № 1 (25 балів)	
Модуль	Модуль ІІ Майбутнє інтернет-комунікацій у медіадослідженнях: нові виклики та реальність	
К-сть балів за модуль	69 балів	
Теми семінарських занять	Розробка концепції медіапроєкту з використанням нових технологій— 11 б.	Футурологічний сценарій: інтернет-комунікації в Україні 2030-2035 – 11 б.
Самостійна робота (СР)	СР № 1 – 5 б. СР № 2 – 5 б. СР № 3 – 5 б. СР № 4 – 5 б.	

Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №2 (25 балів)
--------------------------------	--

«Інтернет-комунікації у медіадослідженнях» (заочна форма)

Разом: 60 год.; практичні заняття — 8 год., модульний контроль — 4 год., самостійна робота — 40 год.; підсумковий контроль — залік

Модуль	Модуль I Ключові концепції і теорій, пов'язаних з інтернет-комунікаціями в медіадослідженнях
К-сть балів за модуль	57 балів
Теми семінарських занять	Аналіз еволюції українських медіа: від друкованих видань до цифрових платформ— 11 б.
Самостійна робота (СР)	СР № 1 – 5 б. СР № 2 – 5 б. СР № 3 – 5 б. СР № 4 – 5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота № 1 (25 балів)
Модуль	Модуль II Майбутнє інтернет-комунікацій у медіадослідженнях: нові виклики та реальність
К-сть балів за модуль	57 балів
Теми семінарських занять	Розробка концепції медіапроєкту з використанням нових технологій— 11 б.
Самостійна робота (СР)	СР № 1 – 5 б. СР № 2 – 5 б. СР № 3 – 5 б. СР № 4 – 5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №2 (25 балів)

