

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
комп'ютерних систем і технологій
Протокол № 1 від 22.08.2023 р

ПОГОДЖЕНО
Проректор з навчально-методичної роботи
Каріна НЕМАШКАЛО



КУЛЬТУРА ЦИФРОВИХ МЕДІА

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань **18 "Виробництво та технології"**
Спеціальність **186 "Видавництво та поліграфія"**
Освітній рівень **другий (магістерський)**
Освітня програма **"Технології електронних мультимедійних видань"**

Статус дисципліни **обов'язкова**
Мова викладання, навчання та оцінювання **українська**

Розробник:
д.е.н., професор

Олександр ПУШКАР

к.е.н., доцент

Євген ГРАБОВСЬКИЙ

Завідувач кафедри
комп'ютерних систем і
технологій

Олександр ПУШКАР

Гарант програми

Андрій ГОРДСЕВ

Харків
2023

ВСТУП

Поява цифрових медіа – Інтернету, відеоігор, мобільної телефонії, цифрових кіно, телебачення, музики, книговидавання та ін. – істотним чином змінила простір культури. Заперечувати їх вплив на динаміку сучасних соціокультурних процесів, тим більше оцінювати даний фактор виключно з позицій детермінації культури з боку техногенної цивілізації, нема жодних підстав. Безумовно, ці зміни не можуть також пов'язуватися з руйнацією чи спрощенням її тканини. Навпаки, очевидне ускладнення всієї системи соціальних взаємодій, «переструктуризація» людських зв'язків та відносин, трансформація моделей міжособистісних комунікацій дозволяють розглядати сучасний етап розвитку культури як один з найскладніших в її історії.

Майбутній спеціаліст галузі видавництва та поліграфії повинен знати головні принципи концепції постіндустріального суспільства та інформаційної епохи, володіти техно-центристським і культуро-центристським підходами до інформації та комунікації.

Метою навчальної дисципліни «Культура цифрових медіа» є надання здобувачам вищої освіти сучасних теоретичних знань стосовно медіакультури як складової культурного простору сучасного інформаційного суспільства, а також формування у студентів відповідних компетентностей щодо застосування у мультимедійному видавництві основних вимог медіакультури.

Завданнями навчальної дисципліни є: аналіз основних понять і соціальних функцій медіакультури як складової культурного простору інформаційного суспільства; дослідження ключових особливостей формалізованих і неформалізованих знань в системі культури та методу трансформації знань; визначення характерних особливостей і ключових закономірностей медіатексту в системі культури; дослідження принципів проектування інтелектуального користувацького інтерфейсу відповідно до вимог медіакультури; визначення загальних особливостей культури Інтернету, взаємозв'язку Інтернету, демократії та інформаційної політики та забезпечення безпеки в епоху Інтернету; аналіз культурології кіберпростору і соціальної взаємодії в Інтернеті; визначення культурологічних особливостей розробки Telegram-ботів у сфері видавництва та поліграфії; аналіз культурологічних аспектів створення віртуальних турів.

Предметом навчальної дисципліни є культурологічні засади створення електронних мультимедійних видань в умовах постіндустріального суспільства.

Об'єктом навчальної дисципліни є вимоги медіакультури до електронних видань.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
РН 1	ЗК 2, СК 5
РН 2	ЗК 1, СК 5
РН 3	ЗК 2, СК 5
РН 4	ЗК 1, ЗК 3
РН 5	СК 5
РН 6	СК 5
РН 7	СК 5, ЗК 1
РН 8	СК 5
РН 9	ЗК 2
РН 10	ЗК 2
РН 11	ЗК 2
РН 12	ЗК 2
РН 13	ЗК 2
РН 14	СК 9

де, ЗК 1 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність);

ЗК 3. Здатність спілкуватися іноземною мовою;

СК 5. Здатність розробляти та впроваджувати нові технологічні процеси, зокрема ресурсо- та енергозберігаючі технології, та види продукції у сфері видавництва та поліграфії, здійснювати оптимізацію виробничих процесів відповідно до поставлених вимог;

СК 9. Проводити аналіз сучасних цифрових медіапродуктів як культурних форм напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства;

РН 1. Нести відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінювання стратегічного розвитку команди, формування ефективної кадрової політики;

РН 2. Оцінювати перспективи, створювати науково-технічно обґрунтовані прогнози досліджувати й здійснювати концептуально-змістове моделювання тенденцій розвитку галузі;

РН 3. Приймати ефективні рішення з питань видавництва та поліграфії, у тому числі у складних і непередбачуваних умовах; прогнозувати їх розвиток та кон'юнктуру ринку; визначати фактори, що впливають на досягнення поставлених цілей, зокрема, вимоги споживачів; аналізувати і порівнювати альтернативи; оцінювати ризики та імовірні наслідки рішень;

- PH 4. Вільно спілкуватись усно і письмово українською мовою та однією з іноземних мов (англійською, німецькою, італійською, французькою, іспанською) при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій в сфері видавництва і поліграфії та дотичних проблем;
- PH 5. Розробляти та виконувати проекти видавничо-поліграфічного виробництва та систем їх інженерно-технічного забезпечення з урахуванням інженерних, правових, економічних, екологічних та соціальних аспектів, здійснювати їх інформаційне та методичне забезпечення;
- PH 6. Здійснювати управління складною діяльністю у сфері видавництва та поліграфії, організувати та вдосконалювати діяльність видавничо-поліграфічних виробництв, розробляти плани і заходи з їх реалізації, забезпечувати якість, та розраховувати техніко-економічну ефективність виробництва;
- PH 7. Здійснювати комп'ютерне проектування окремих складових технологічного процесу;
- PH 8. Розробляти і впроваджувати ефективні технології, розробляти інструкції та технологічні регламенти на випуск продукції видавництва та поліграфії;
- PH 9. Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій та продуктів в сфері видавництва і поліграфії та в ширших мультидисциплінарних контекстах;
- PH 10. Будувати та досліджувати моделі технологічних процесів видавництва та поліграфії, оцінювати їх адекватність, визначати межі застосовності;
- PH 11. Застосовувати сучасні експериментальні та математичні методи, інформаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для досліджень і розробок у сфері видавництва та поліграфії;
- PH 12. Відшуковувати необхідні дані в науковій літературі, базах даних та інших джерелах, аналізувати та оцінювати ці дані;
- PH 13. Використовувати у практичній діяльності знання вітчизняного та міжнародного законодавства щодо захисту та збереження авторських прав при виготовленні друкованих та електронних видань, паковань, мультимедійних інформаційних продуктів та інших видів виробів видавництва й поліграфії.
- PH 14. Аналізувати, дискутувати та визначати найбільш доцільне рішення щодо проектування та прикладної реалізації процесу розробки друкованої та мультимедійної продукції;

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Поняття медіакультури

Тема 1. Медіакультура як складова культурного простору інформаційного суспільства

Поняття культури. Мультимедіа як феномен культури. Класифікація мультимедійних продуктів. Соціальні функції медіа культури.

Тема 2. Формалізовані та неформалізовані знання в системі культури

1. Поняття і загальні особливості формалізованих і неформалізованих знань. Моделі трансформації знань з формалізованих в неформалізовані і навпаки. Метод формалізації знань. Приклад застосування методики формалізації знань для галузі видавництва та поліграфії.

Тема 3. Медіатекст в системі культури. Веб-медіатекст

Поняття медіатексту. Класифікація медіатексту. Медіатекст і закономірності текстоутворення. Специфіка Web-медіатексту. Медіатекст в системі інтернет-комунікацій. Специфіка гіпертекстової медіапублікації.

Тема 4. Проектування інтелектуального користувацького інтерфейсу відповідно до вимог медіакультури

Поняття користувацького інтерфейсу. Види інтерфейсів користувачів. Об'єктно-орієнтований інтерфейс. Основні властивості GUI-інтерфейса. Основні особливості WUI-стиля. Властивості адаптивності інтелектуального інтерфейсу користувача. Схема взаємодії користувача сайтом в умовах інтелектуального користувацького інтерфейсу. Методи оцінки якості інтелектуального інтерфейсу користувача.

Змістовий модуль 2. Ресурси Інтернет у сфері культури

Тема 5. Культура Інтернету

Загальні особливості культури Інтернету. Переваги та недоліки використання Інтернет в сучасному культурному середовищі. Взаємозв'язок Інтернету, демократії та інформаційної політики. Безпека та стратегія в епоху Інтернету. Географія Інтернету.

Тема 6. Культура комунікацій в Інтернет

Культурологія кіберпростору і соціальна взаємодія в Інтернеті. Специфіка функціонування соціальних мереж як нової парадигми соціальної спільності. Роль Інтернет-співтовариств в сучасному культурному середовищі. Культурне середовище інформаційної економіки.

Тема 7. Особливості розробки Telegram-ботів

Огляд платформ для розробки ботів. Логіка роботи ботів. Особливості розробки Telegram-ботів у сфері видавництва та поліграфії.

Тема 8. Культурологічні аспекти створення віртуальних турів

Поняття віртуального туру. Етапи створення віртуальних турів. Віртуальні музеї як соціокультурний феномен.

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Таблиця 2

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Завдання 1.	Культура інформаційного суспільства
Тема 2. Завдання 2.	Інтернет як культурна форма
Тема 3. Завдання 3.	Побудова тезаурусу предметної області видавництва та поліграфії
Тема 4. Завдання 4.	Проектування графічного інтерфейсу користувача згідно з принципами культури цифрових медіа
Тема 5. Завдання 5.	Медіахолдинги у «цифровому» світі
Тема 6. Завдання 6.	Аналіз контенту спільнот у соціальних мережах
Тема 7. Завдання 7.	Розроблення чат-бота на основі IBM Watson
Тема 8. Завдання 8.	Дослідження культурологічних особливостей віртуальних музеїв

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3

Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1 - 8	Вивчення лекційного матеріалу
Тема 1 - 8	Підготовка до лабораторних занять
Тема 1 - 8	Підготовка до екзамену

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та / або лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Тема 1, 2, 4, 8), проблемна лекція (Тема 2, 8), лекція-провокація (Тема 6)).

Наочні (демонстрація (Тема 1-8)).

Практичні (лабораторна робота (Тема 1 – 8), кейс-метод (Тема 4)).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю **екзамен (іспит):** максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти **екзамен (іспит)** – 35 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формах семестрового екзамену (іспиту). Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою **екзамен (іспит)** вважається складеним – 25 балів.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається:

– для дисциплін з формою семестрового контролю **екзамен (іспит)** – сумуванням балів за поточний та підсумковий **контроль**.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: захист лабораторних робіт (54 бали), письмова контрольна робота (6 балів).

Семестровий контроль: Екзамен (40 балів)

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання для навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Спеціальність «Видавництво та поліграфія»
Освітньо-професійна програма «Технології електронних мультимедійних видань».
Навчальна дисципліна «Культура цифрових медіа»

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

Завдання 1 (діагностичне, 10 балів).

Інтернет-ресурси у сфері культури.

Завдання 2 (діагностичне, 10 балів).

Що таке «довгий хвіст»? Хто і коли запропонував термін? Як «довгий хвіст» пов'язаний з цифровими медіа?

Завдання 3. (евристичне, 20 балів).

Обґрунтуйте культурологічні аспекти розробки Telegram-ботів

Затверджено на засіданні кафедри комп'ютерних систем і технологій протокол № ____ від
«__» _____ 20__ р.

Екзаменатор

к.е.н., доц. Грабовський Є.М.

Зав. кафедрою

д.е.н., проф. Пушкар О.І.

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Завдання 1 (діагностичне, 10 балів)

Дане завдання оцінюється за 10-бальною шкалою.

Оцінка 10 балів ставиться, якщо студентом на основі використання додаткової літератури та творчого підходу запропоновано та обґрунтовано аналіз певного аспекту культури цифрових медіа. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі.

Оцінка 9 балів ставиться, якщо студентом на основі використання додаткової літератури та творчого підходу запропоновано та обґрунтовано аналіз певного аспекту культури цифрових медіа. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі. Проте в

роботі в процесі використання творчого підходу до виконання завдання є помилки в обґрунтуванні висновків.

Оцінка 8 балів ставиться, якщо студентом запропоновано та обґрунтовано аналіз певного аспекту культури цифрових медіа. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі. Проте в роботі є відсутнім творчий підхід до виконання завдання.

Оцінка 7 балів ставиться, якщо студентом запропоновано та обґрунтовано аналіз певного аспекту культури цифрових медіа. Запропонований аналіз не містить посилання на джерела використання основної літератури. В роботі є відсутнім творчий підхід до виконання завдання.

Оцінка 6 балів ставиться, якщо студент запропонував вірний аналіз певного аспекту культури цифрових медіа, але є незначні похибки при його обґрунтуванні.

Оцінка 5 балів ставиться, якщо студент запропонував вірний аналіз певного аспекту культури цифрових медіа, але є помилки при його обґрунтуванні.

Оцінка 4 балів ставиться, якщо студент запропонував вірний аналіз певного аспекту культури цифрових медіа, але є відсутнім його обґрунтування.

Оцінка 3 бали ставиться, якщо студент підготував стандартний шаблон відповідей, тобто зазначив тему, основні складові запропонованої відповіді, яка пов'язана зі змістом запитання і відповідає головній думці.

Оцінка 2 бали ставиться, якщо студент підготував стандартну відповідь, зазначив заголовки, основні елементи відповіді, але не розкрив теми, тобто виконав завдання на 20% від загального обсягу.

Оцінка 1 бал ставиться, якщо студентом допущені помилки в логіці та описанні процедури розв'язання задачі.

Оцінка 0 балів ставиться за невиконане завдання взагалі.

Завдання 2. (діагностичне, 10 балів)

Дане завдання оцінюється за 10-бальною шкалою.

Оцінка 10 балів ставиться, якщо студентом на основі використання додаткової літератури та творчого підходу запропоновано та обґрунтовано відповідь на задане питання. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі.

Оцінка 9 балів ставиться, якщо студентом на основі використання додаткової літератури та творчого підходу запропоновано та обґрунтовано відповідь на задане питання. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі. Проте в роботі в процесі використання творчого підходу до виконання завдання є помилки в обґрунтуванні висновків.

Оцінка 8 балів ставиться, якщо студентом запропоновано та обґрунтовано відповідь на задане питання. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі. Проте в роботі є відсутнім творчий підхід до виконання завдання.

Оцінка 7 балів ставиться, якщо студентом запропоновано та обґрунтовано відповідь на задане питання. Запропонований аналіз не містить посилання на джерела використання основної літератури. В роботі є відсутнім творчий підхід до виконання завдання.

Оцінка 6 балів ставиться, якщо студент запропонував вірний відповідь на задане питання, але є незначні похибки при його обґрунтуванні.

Оцінка 5 балів ставиться, якщо студент запропонував вірний відповідь на задане питання, але є помилки при його обґрунтуванні.

Оцінка 4 балів ставиться, якщо студент запропонував вірний відповідь на задане питання, але є відсутнім його обґрунтування.

Оцінка 3 бали ставиться, якщо студент підготував стандартний шаблон відповідей, тобто зазначив тему, основні складові запропонованої відповіді, яка пов'язана зі змістом запитання і відповідає головній думці.

Оцінка 2 бали ставиться, якщо студент підготував стандартну відповідь, зазначив заголовки, основні елементи відповіді, але не розкрив теми, тобто виконав завдання на 20% від загального обсягу.

Оцінка 1 бал ставиться, якщо студентом допущені помилки в логіці та описанні процедури розв'язання задачі.

Оцінка 0 балів ставиться за невиконане завдання взагалі.

Завдання 3. (евристичне, 20 балів).

Дане завдання оцінюється за 20-бальною шкалою.

Оцінка 20 балів ставиться, якщо студентом на основі використання додаткової літератури та творчого підходу запропоновано та обґрунтовано аналіз певного культурологічного аспекту. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі.

Оцінка 19 балів ставиться, якщо студентом на основі використання додаткової літератури та творчого підходу запропоновано та обґрунтовано аналіз певного культурологічного аспекту. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі. Проте в роботі є незначні похибки у використанні творчого підходу до виконання завдання.

Оцінка 18 балів ставиться, якщо студентом на основі використання додаткової літератури та творчого підходу запропоновано та обґрунтовано аналіз певного культурологічного аспекту. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі. Проте в роботі є помилки у використанні творчого підходу до виконання завдання.

Оцінка 17 балів ставиться, якщо студентом на основі використання додаткової літератури та творчого підходу запропоновано та обґрунтовано аналіз певного культурологічного аспекту. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі. Проте в роботі в процесі використання творчого підходу до виконання завдання є незначні похибки в обґрунтуванні висновків.

Оцінка 16 балів ставиться, якщо студентом на основі використання додаткової літератури та творчого підходу запропоновано та обґрунтовано аналіз певного культурологічного аспекту. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі. Проте в роботі в процесі використання творчого підходу до виконання завдання є помилки в обґрунтуванні висновків.

Оцінка 15 балів ставиться, якщо студентом на основі використання додаткової літератури та творчого підходу запропоновано та обґрунтовано аналіз певного культурологічного аспекту. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі. Проте в роботі в процесі використання творчого підходу до виконання завдання відсутньо обґрунтування висновків.

Оцінка 14 балів ставиться, якщо студентом запропоновано та обґрунтовано аналіз певного культурологічного аспекту. Запропонований аналіз має логічну доцільність в умовах видавничої галузі. Проте в роботі є відсутнім творчий підхід до виконання завдання.

Оцінка 13 балів ставиться, якщо студентом запропоновано та обґрунтовано аналіз певного культурологічного аспекту. Запропонований аналіз здійснено лише на основі використання основної літератури. В роботі є відсутнім творчий підхід до виконання завдання.

Оцінка 12 балів ставиться, якщо студентом запропоновано та обґрунтовано аналіз певного культурологічного аспекту. Запропонований аналіз не містить посилання на джерела використання основної літератури. В роботі є відсутнім творчий підхід до виконання завдання.

Оцінка 11 балів ставиться, якщо студентом запропоновано та обґрунтовано аналіз певного культурологічного аспекту. Запропонований аналіз містить похибки стосовно використання основної літератури. В роботі є відсутнім творчий підхід до виконання завдання.

Оцінка 10 балів ставиться, якщо студент запропонував вірний аналіз певного культурологічного аспекту, але є незначні похибки при його обґрунтуванні.

Оцінка 9 балів ставиться, якщо студент запропонував вірний аналіз певного культурологічного аспекту, але є помилки при його обґрунтуванні.

Оцінка 8 балів ставиться, якщо студент запропонував вірний аналіз певного культурологічного аспекту, але його обґрунтування є неповним.

Оцінка 7 балів ставиться, якщо студент запропонував вірний аналіз певного культурологічного аспекту, але є відсутнім його обґрунтування.

Оцінка 6 балів ставиться, якщо студент допустив незначні похибки при аналізі певного культурологічного аспекту.

Оцінка 5 балів ставиться, якщо студент допустив помилки при аналізі певного культурологічного аспекту.

Оцінка 4 бали ставиться, якщо студент підготував стандартний шаблон відповідей, тобто зазначив тему, основні складові запропонованої відповіді, яка пов'язана зі змістом запитання і відповідає головній думці.

Оцінка 3 бали ставиться, якщо підготовлений студентом стандартний шаблон відповідей не дозволяє виконати завдання більше, ніж на 50% від загального обсягу.

Оцінка 2 бали ставиться, якщо студент підготував стандартну відповідь, зазначив заголовки, основні елементи відповіді, але не розкрив теми, тобто виконав завдання на 20% від загального обсягу.

Оцінка 1 бал ставиться, якщо студентом допущені помилки в логіці та описанні процедури розв'язання задачі.

Оцінка 0 балів ставиться за невиконане завдання взагалі.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Бабак А. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / А. Бабак, О. Гороховський, Т. Іванова, Г. Почепцов, О. Тараненко. – Київ : Академія Української Преси, 2019. – 100 с
2. Бондар Н.П. Сучасний простір медіаграмотності та перспективи його розвитку (інформаційно-методичні матеріали). – Херсон: Видавництво Навчально-методичного центру освіти у Херсонській області, 2020. – 204 с.

3. Пушкар О. І. Культура цифрових медіа: навчальний посібник [Електронний ресурс] / О. І. Пушкар, Є. М. Грабовський. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. – 164 с. <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28184>

Додаткова

4. Близнюк Т. П. Сутність дефініції «культура» в крос-культурному менеджменті / Т. П. Близнюк // NEW ECONOMICS : матеріали міжнар. наук. форуму «NEW ECONOMICS – 2019» : у 2-х т., 14-15 листоп. 2019 р., м. Київ. – К. : НАН України, Ін-т економіки пром-сті, 2019. – Т. 2. – С. 32–36.

<http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/22719>

5. Гол Дж. Онлайн-журналістика [пер. з англ. К. Булкін] / Дж. Гол. – Київ: «К.І.С.», 2020. – 344 с.

6. Крейг Р. Інтернет-журналістика / Р. Крейг. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2019. – 323 с.

7. Михайлюк Н. В. Види професійної культури майбутніх бакалаврів банківської справи в освітньому середовищі закладу вищої освіти / Н. В. Михайлюк, Н. С. Бондаренко, О. С. Корольова // Актуальні питання гуманітарних наук. Міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького держ. пед-го ун-ту ім. І. Франка. – 2021. – Вип. №43 (жовтень 2021.) – С. 242-249.

<http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27101>

8. Пушкар О. І., Грабовський Є. М. Методика трансформації знань в процесі навчання на робочому місці // Інформаційні технології і засоби навчання, 2020, Том 77, № 3. – С. 186–204.

9. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, інтернет / М. Стівенс. – Київ: Києво-Могилянська академія, 2018. – 407 с.

10. Шершньова, О.В. Формування нової моделі культурного простору (на прикладі громад Рівненщини): монографія / О.В. Шершньова; Український культурний фонд. – Острого: ФОП-видавець Свинарчук Р.В., 2019. – 344 с

11. Digital Culture: Understanding New Media / ed. by Glen Creeber, Royston Martin. – Open University Press, 2018. – 224 pp.

12. Hrabovskyi Y. Multimedia presentation as an integral component of digital media culture // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики, № 89, 2021, С. 8-19.

13. Hrabovskyi Y. Methods of creating a multimedia online gallery // Збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил, № 2 (68), 2021, С. 102-107. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/25627>
14. Hrabovskyi Y. Method of construction of adaptive interface of multimedia product / Y. Hrabovskyi, T. Vorzykh // Наукові записки [Української академії друкарства]. — 2021.- № 2 (63), с.52-63. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27633>
15. Hrabovskyi Y., Fedorchenko V. Development of the optimization model of the interface of multimedia edition, «EUREKA: Physics and Engineering», № 3, pp. 3 – 12, 2019.
16. Flew T. New Media: An Introduction / T. Flew. – OUP Australia and New Zealand, 2020. – 320 pp.
17. The New Media Reader / ed. by Noah Wardrip-Fruin, Nick Montfort. – The MIT Press, 2019. – 837 pp.

Інформаційні ресурси

18. Сайт персональної навчальної системи з навчальної дисципліни «Культура цифрових медіа» . – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=2072>
19. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах [Електронний ресурс] / М. К. Василенко. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1038>
20. Коцарев О. О. Інтернет-сайти: функціонально-змістова типологія [Електронний ресурс] / О. О. Коцарев. – Режим доступу: http://www-philology.univer.kharkov.ua/katedras/prof_sites/kotsarev/kots_article_3.pdf
21. Потятиник Б. В. Мережева журналістика: Нариси [Електронний ресурс] / Б. В. Потятиник. – Режим доступу: http://www.lnu.edu.ua/mediaeco/borys/internet_journ.htm
22. Gatbonton A. 40 People Who Changed the Internet / Aurora Gatbonton. – Access mode : <http://www.hongkiat.com/blog/40-people-who-changed-the-internet> .
23. Milner R. M. Media Lingua Franca: Fixity, Novelty, and Vernacular Creativity in Internet Memes. URL: <https://spir.aoir.org/index.php/spir/article/view/806>
24. Morris M., Ogan C. The Internet as Mass Medium URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1996.tb00174.x/full>

25. Wellman B., Quan-Haase A., Boase J., Chen W.G, Hampton K., Díaz I., Miyata K.
The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism. URL:
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2003.tb00216.x/full>