

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ЗАТВЕРДЖЕНО

Примальною комісією

Протокол № 28 від 24.04.2023 року

Голова Примальної комісії

Олександр ТУРУНЦЕВ



Програма

фахового іспиту з журналістики

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)
Спеціальність: 061 Журналістика
Освітня програма: 061.00.01 Журналістика
061.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю
061.00.04 Медіа-комунікації
061.00.06 Контент-продюсування цифрових
медіапроектів
061.00.07 «Міжнародні медіа та цифрові
комунікації»

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-методичної та
начальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ

РОЗГЛЯНУТО І ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри журналістики та нових
медіа Факультету журналістики
протокол № 10 від 17.03.2023 р.

Завідувач кафедри

Інга ПОГРЕБНЯК

Київ – 2023

ПРОГРАМА ФАХОВОГО ІСПИТУ

Фаховий іспит – обов'язкова умова професійного відбору вступників за спеціальністю 061 «Журналістика», освітніх програм: 061.00.01 «Журналістика», 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», 061.00.04 «Медіа-комунікації», 061.00.06 «Контент-продюсування цифрових медіапроектів», 061.00.07 «Міжнародні медіа та цифрові комунікації» (за умови затвердження).

Мета фахового іспиту: виявлення знань, вмінь, компетентностей, якими володіє бакалавр для вступу на освітні програми другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика»: 061.00.01 «Журналістика», 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», 061.00.04 «Медіа-комунікації», 061.00.06 «Контент-продюсування цифрових медіапроектів», 061.00.07 «Міжнародні медіа та цифрові комунікації».

Завдання фахового іспиту: перевірка знань за основними дисциплінами освітніх програм спеціальності 061 «Журналістика» (освітні програми «Журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Видавнича справа та редагування», «Міжнародна журналістика») першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, зокрема, розуміння понять та категорій журналістики в їх історичному розвитку та сучасному значенні; етапів розвитку української та світової журналістики та її найвідоміших представників; структури сучасного ринку засобів масової інформації; кола професійних обов'язків журналістів; специфіки підготовки журналістських матеріалів для різних типів ЗМІ; принципів журналістської діяльності; норм професійної етики та професійних стандартів журналістики.

Форма проведення фахового іспиту: іспит проводиться у письмовій формі у вигляді комп'ютерного тесту на базі сучасного програмного забезпечення у системі MOODLE.

Для виконання тестових завдань вступник має володіти основними навичками роботи з комп'ютером та розуміти технічні особливості виконання тестів різних типів: альтернативні відповіді (типу правильно/неправильно), множинний вибір (завдання на вибір однієї або кількох правильних відповідей), вибір з найменшої кількості варіантів відповідей, питання на встановлення відповідності.

Фаховий іспит до магістратури має виявити у вступників рівень теоретичних знань і практичних навичок в сфері соціальних комунікацій, теорії та практики діяльності журналіста.

ВИМОГИ ДО ЗНАНЬ, УМІНЬ І НАВИЧОК У СФЕРІ ЖУРНАЛІСТИКИ

Вимоги до професійного відбору

Вступники за спеціальністю 061 «Журналістика» повинні володіти такими програмними компетентностями та результатами навчання відповідно до професійних стандартів:

- знаннями та розумінням предметної області, розуміння професійної діяльності;
- мати навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел;
- створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення;
- мати здатність навчатися й оволодівати сучасними знаннями, володіти навичками використання інформаційних і комунікаційних технологій;
- застосовувати знання з галузі соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;
- відтворювати інформаційні та комунікаційні технології;
- використовувати знання зі специфіки створення і функціонування ЗМІ, стандарти професійної діяльності;
- застосовувати алгоритм редакційної підготовки видавничого продукту (друкованого, теле- та радіопродукту);
- знати і розуміти основні поліграфічні процеси і вимоги до поліграфічного виконання видання;
- мати здатність формувати інформаційний контент, володіти професійними технологіями, знаннями SMM-менеджменту;
- володіти практичними засадами копірайтингу, умінням виробляти рекламні та PR-продукти (тексти, візуальні образи, публічні виступи), моделювати рекламні та PR-повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній;
- використовувати IT-технологій та SMM-менеджмент у професійній діяльності.

Фаховий іспит проводиться за основними дисциплінами освітніх програм спеціальності 061 «Журналістика» (освітні програми «Журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Видавнича справа та редагування», «Міжнародна журналістика») першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: «Масова комунікація та інформація», «Медіаправо та медіаполітика», «Професійні стандарти та безпека діяльності», «Проблематика ЗМІ та види журналістики», «Основи реклами і PR».

Виконання тестового завдання з журналістики полягає у виборі правильних відповідей із кількох запропонованих варіантів. Завдання вважається виконаним, якщо абітурієнт обрав правильний варіант відповіді.

Спеціальна обчислювальна програма автоматично **підсумовує бали** за виконання усіх тестових завдань, встановлює відповідність балів за шкалою оцінювання та фіксує результат у протоколі. Максимально можна набрати **200 балів**.

На виконання 50 тестових завдань відводиться 60 хвилин. У випадку, якщо вичерпано час на виконання тестових завдань, система автоматично закриває програму, зберігає наявні відповіді, підсумовує результат виконання тесту вступником та фіксує у протоколі результат за встановлений часовий ліміт.

МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЯ

Визначення понять «інформація», «комунікація», «масова комунікація», «соціальні комунікації». Соціальна комунікація як умова і характеристика існування соціуму. Масова інформація як об'єкт міждисциплінарного вивчення (гуманітарних, точних, природничих наук). Методи дослідження масової інформації та масової комунікації.

Моделі комунікації. Соціальні аспекти комунікації. Багатофакторність комунікації. Цільові параметри соціальної комунікації. Суб'єкти комунікації. Поняття комуніката і комуніканта. Сутність соціальної комунікації. Умови ефективної комунікації.

Проблеми нових медіа: інформаційна перевантаженість, недостовірність, авторське право, питання медіаетики та інше. Нові медіа як засіб керування суспільством. Захист особистих даних. Безпека індивіда та суспільства. Фейк. Інформаційні війни. Інформація як зброя сучасності. Мережеві війни. Нові медіа як інструмент інформаційних воєн.

Актуальні проблеми соціальної комунікації в сучасній Україні. Національні інновації та ініціативи. Інтеграція України у світовий та європейських інформаційних простір. Побудова в Україні інформаційного суспільства. Соціальні комунікації як фактор трансформації та модернізації України. Їхня роль у націотворенні та державотворенні. Особливості розвитку транзитивного суспільства. Процес роздержавлення українських ЗМІ в контексті стратегій розвитку соціальних комунікацій. Поняття про громадські ЗМК та ЗМІ. Причини та умови формування громадського мовлення в національному інформаційному просторі. Динаміка функцій соціальної комунікації як результат демократичних перетворень системи ЗМК. Перспективи розбудови соціо-комунікаційних процесів в Україні.

МЕДІАПРАВО ТА МЕДІАПОЛІТИКА

Основні принципи державної політики інформаційної безпеки. Джерела інформаційних загроз безпеці держави. Інформаційна уразливість держави. Проблема початку інформаційної війни. Типова стратегія інформаційної війни. Наслідки інформаційної війни.

Правове регулювання загальних питань інформації. Взаємозв'язки суспільства і соціальної інформації на сучасному етапі. Структура інформаційної діяльності. Регламентація загальних питань інформації в

українському законодавстві. Конституція і верховенство права в державі. Пряма дія Конституції. Конституція – Основний Закон держави, головний юридичний інструмент регулювання суспільних відносин.

ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ ТА БЕЗПЕКА ДІЯЛЬНОСТІ

Зasadничі принципи журналістської професії. Стандарти новинної журналістики. Виконання ЗМІ функції інформування, аналізу, громадської критики та контролю. Правдивість і точність. Редакційна чесність і незалежність. Справедливість. Недоторканність приватного життя. Загальна характеристика стандартів новинної журналістики.

Висвітлення інформації про вразливі групи населення. Поняття про мову ворожнечі. Словник коректної лексики. Джинса: політична, іміджева, комерційна. Типові й нетипові ознаки джинси. Інтереси дітей і підлітків та редакційні вимоги. Перевірка інформації, отриманої від дітей. Поняття про гендерний баланс у медіа.

Висвітлення збройних конфліктів. Дотримання професійних стандартів та етичних норм при висвітленні збройних конфліктів і бойових дій.

ПРОБЛЕМАТИКА ЗМІ ТА ВИДИ ЖУРНАЛІСТИКИ

Якість та проблематичність матеріалів ЗМІ. Поняття «якість» та «об'єктивність» у галузі медіа. Критерії визначення якості. Особливості процесів боротьби за якість медіа в Україні і за кордоном. Розвиток медіа в умовах ринкової економіки. Поняття «проблематика» медіа. Підходи до дослідження медіа-матеріалів на проблематичність.

Проблематика регіональних ЗМІ. Особливості становлення та функціонування зарубіжних регіональних медіа. Розвиток регіональних медіа в Україні (регіональні, муніципальні, приватні). Особливості висвітлення загальнонаціональних питань у регіональних ЗМІ. Тематика регіональних ЗМІ. Роль нових медіа в розвитку регіонального інформаційного простору України.

Пресова журналістика. Типологія газетно-журнальних видань. Вертикальна та горизонтальна інформаційна ніша. Демографічні та соціальні характеристики аудиторії, що визначають тип видання.

Структури редакції та способи їх розміщення. Головний редактор та його функції. Заступник головного редактора. Відповідальний секретар. Оглядачі, кореспонденти, репортери. Спеціалізація та універсальність. Власні та спеціальні кореспонденти. Позаштатні кореспонденти / фрілансери. Фотокори, більдредактори. Редактори, коректори. Верстальники. Контент-продюсери. Фахівці поза межами редакції. Сутність редагування. Мета й завдання редагування.

Радіожурналістика. Правила роботи з мікрофоном, диктофоном, програмами автоматизації радіоефіру. Створення концепції авторської програми: назва, хронометраж, періодичність, цільова аудиторія, жанр, форма проведення. Робота над іміджем ведучого авторської програми. Визначення структури проекту авторської програми.

Тележурналістика. Телебачення як соціальне явище. Економічні, соціальні та науково-технічні чинники розвитку телебачення. Основні функції телебачення в суспільстві. Місце ТБ в системі соціальних комунікацій. Унікальні та типові особливості тележурналістики. Особливості телевиробництва. Особистість і команда. Система телевізійних професій як відображення інтеграційного розвитку телемовлення. Методи формування творчих команд.

Тематично-жанрова структура телефіру.

Інтернет-журналістика. Визначення та особливості Інтернет-журналістики. Веб-технології журналістики. Властивості веб-публікацій: інтерактивність, персональний підхід, інфоцентричність, миттєвість, вимірність, гнучкість, взаємопов'язуваність, економічність.

Особливості сприйняття інформації в Інтернеті. Гіпертекст в інтернет-журналістиці. Поняття про гіпертекст в онлайн-матеріалах, основні види та правила роботи з гіперпосиланнями. Робота над композицією текстів для інтернет-видань; особливості побудови текстів для онлайн-журналістики. Робота із заголовками. Особливості існування класичних новинних жанрів журналістики: замітки, репортажу та інтерв'ю в мережових виданнях. Трансформація аналітичних жанрів: кореспонденції, статті, огляду, коментаря, рецензії до потреб інтернет-аудиторії. Типи структур сайтів: пласка структура (зіркова чи повнозв'язкова), лінійна структура (послідовна), деревовидна структура, комбінована структура. Явище SMM. Специфіка та механізми просування журналістського продукту у мережі за допомогою SMM-менеджменту. Механізми побудови доброзичливих стосунків з читачем.

ОСНОВИ РЕКЛАМИ І PR

Організація рекламної та PR-діяльності в сучасному світі. Діяльність спеціаліста з реклами та PR в сучасній компанії; основні функції реклами і зв'язків з громадськістю для рекламної агенції, рекламодавця. Рекламодавці, їх класифікація. Рекламні агентства та рекламні служби підприємств.

Інфраструктура рекламної та PR галузі в Україні. Інформаційне забезпечення в рекламі та PR. Система підготовки професійних кадрів для українського рекламного та PR бізнесу. Роль і значення реклами та PR в сучасному українському суспільстві. Рейтинги PR та рекламних агенцій за визначеними критеріями (креатив, рівень доходу, кількість клієнтів, розмір бюджетів).

Власна служба реклами та PR в організації: характеристика, особливості створення. Місце служб реклами та PR у корпоративній структурі. Переваги та недоліки співпраці із автономними агентствами в рекламній та PR-сфері.

Планування рекламних та PR-заходів. Цілі рекламної та PR-кампанії. План, функції, види рекламної та PR-кампанії. Визначення понять: медіапланування, медіаканал, медіаносій.

Загальні відомості про рекламний та PR бюджет. Основні статті бюджету (структура бюджету). Формування рекламного бюджету.

Копірайтинг як вид професійної діяльності. Технології копірайтингу. Особливості розробки назви торгової марки. Структурні компоненти рекламного тексту, їх функції та правила написання. Типологія рекламних текстів. Жанрова характеристика PR-текстів. Жанрова характеристика комбінованих PR-текстів. Жанрова характеристика медіатекстів.

Спічрайтерство. Принципи та методи взаємодії з громадськістю за допомогою спічрайтингу. Види та особливості складання публічних текстів. Визначення формату виступу. Публічні виступи та спрайтинг.

Івенти в рекламі та PR: поняття, характерні риси, типологія. Інформаційні приводи для рекламних та PR-заходів. Інформаційні, іміджеві та спеціальні заходи.

Організація та проведення заходів за участю ЗМІ. Пресконференція: специфіка проведення, типові помилки організації. Процедура відповідей на запитання журналістів. Особливості брифінгу, престуру, «круглого столу».

Маркетингові комунікації в рекламі та PR: сутність, цілі, завдання. Модель сучасних маркетингових комунікацій. Прямий маркетинг. Характеристика учасників маркетингових комунікацій. Основні класифікації засобів СМК.

Реклами і PR у різних сферах: економічній, політичній, соціальній, державному управлінні. Прес-секретарство як інструмент комунікації. Кризова комунікація як інструмент кризового менеджменту: сутність, фактори успішності, найбільш типові помилки. Практика кризового реагування.

ЗРАЗКИ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО ТЕСТОВОГО ЗАВДАННЯ

Вибір однієї правильної відповіді

1. До інформаційних жанрів журналістики традиційно належать:
 - a. звіт, стаття, репортаж, інтерв'ю, есе;
 - b. інтерв'ю, звіт, замітка, репортаж;
 - c. інтерв'ю, репортаж, замітка, огляд;
 - d. нарис, репортаж, есе, кореспонденція.

Множинний вибір (завдання на вибір кількох правильних відповідей)

1. Оберіть головні властивості телебачення:
 - a. діалогічність;
 - b. всеосяжність (як і радіо);
 - c. репортажність (присутність) та онлайн;
 - d. оперативність;
 - e. проста технологія створення контенту.

Установити відповідність:

- | | |
|---------------------------------|-------------|
| a. інформаційні жанри | a. Репортаж |
| b. аналітичні жанри | b. Рейтинг |
| c. художньо-публіцистичні жанри | c. Пародія |

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ВСТУПНИКІВ

Кількість балів (max - 200)	Критерії
180 – 200	Виставляється за глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих джерелах; вміння аналізувати явища, які вивчаються, у їхньому взаємозв'язку і розвитку, чітко і лаконічно; логічно і послідовно відповідати на тестові завдання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання тестових завдань.
160 – 179	Виставляється за ґрунтовні знання навчального матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені тестові завдання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язування тестових завдань.
140 – 159	Виставляється за міцні знання навчального матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені запитання, які, однак, містять певні неточності; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання тестових завдань.
120 – 139	Виставляється за посередні знання навчального матеріалу, не всі правильні відповіді, слабе застосування теоретичних положень при розв'язанні тестових завдань.
100 – 119	Виставляється за слабкі знання навчального матеріалу, неточні відповіді, за слабе застосування теоретичних положень при розв'язанні тестових завдань.
1 – 99	Виставляється за незнання значної частини навчального матеріалу, істотні помилки у відповідях на тестові завдання.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Законодавчі і нормативно-правові документи

1. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення : ДСТУ 2392-94. Вид. офіц. Чинний від 1995–01–01. Київ : Держстандарт України, 1994. 53 с. (Національний стандарт України).
2. Конституція України (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>.
3. Про інформаційні агентства. Закон України від 28 лютого 1995 року № 74/95-ВР (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/95-вр#Text>.
4. Про інформацію. Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-ХІІ (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.
5. Про медіа. Закон України від 13 грудня 2022 року № 2849-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.

Основна

1. Білан Н. І., Нетреба М. М. Організація роботи прес-служб : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2015. 304 с.
2. Галлер М. Репортаж : навч. посіб. / пер. з нім. : В. Климченко, В. Олійник ; ред. В. Ф. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2011. 347 с.
3. Досенко А. К., Погребняк І. В. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери : навч.-метод. посіб. Київ : ЦУЛ, 2020. 189 с.
4. Жадько В. О. Журналістика та основи редакторської майстерності : навч. посіб. Київ : Знання, 2012. 271 с.
5. Зернецька О. В. Глобальна комунікація : монографія. Київ : Наук. думка, 2017. 350 с.
6. Зражевська Н. Теорія медіа та суспільства : навч. посіб. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 197 с.
7. Іващенко В. Л. Сучасні медіакомунікативні технології : навч. посіб. Київ : Розумники, 2021. 192 с.
8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
9. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підруч. для студентів вищ. навч. закл. Київ : ЦУЛ, 2018. 496 с.
10. Носке Г. Журналістика: що треба знати та вміти : книжка для читання та підручник. Київ : Центр вільної преси, 2017. 312 с.
11. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. Вид. 3-тє, допов. та перероб. Київ : Києво-Могили. акад., 2016. 504 с.
12. Срібняк І. В. Історія журналістики країн світу (XVII-XX ст.) : підруч. для студентів вищ. навч. закл. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2013. 264 с.

Додаткова

1. Больц Н. Абетка медіа / за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с.

2. Буроменський М., Штурхецький С., Білз Е., Бетц М., Шюпп К., Казанжи З. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації : посіб. рекомендацій для працівників ЗМІ. Київ : Компанія ВАІТЕ, 2016. 118 с.
3. Карпчук Н. П. Міжнародна інформація та суспільні комунікації : навч. посіб. для студентів закл. вищ. освіти / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк, 2018. 514 с.
4. Кузнєцова Т. В. Аксіологія соціальних комунікацій : навч. посіб. Суми : Вид-во Сум. держ. ун-ту, 2012. 300 с.
5. Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі, фейків, правд і спільнот. Київ : Книголав, 2022. 384 с.
6. Лебон Г. Психологія мас. Київ : Андронум, 2021. 138 с.
7. Лизанчук В. Інформаційна безпека України: теорія і практика : підручник. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2017. 728 с.
8. Лизанчук В. Журналістська майстерність : підручник. Львів: ЛНУ ім. І. Франка. 2011. 376 с.
9. Навальна М., Ісайкіна О. Медіакомунікації : навч. посіб. Переяслав-Хмельницький : Вид-во КСВ, 2018. 220 с.
10. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики : практ. посіб. Київ : Україна молода, 2010. 120 с.
11. Основи реклами та зв'язків із громадськістю : підручник / за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 431 с.
12. Паращук В. Ю., Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації. Київ : Академія, 2010. 240 с.
13. Ромат Є. В., Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс) : навч. посіб. / КНТЕУ. Київ, 2016. 284 с.
14. Рус-Моль Ш. Журналістика : посібник / пер. з нім. В. Климченко ; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 343 с.
15. Терещук В. І. Масові комунікації: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ : Ун-т економіки та права «КРОК», 2017. 200 с.
16. Чекмишев О. Основи журналістики. Київ : ВЦ «Академія», 2021. 168 с.
17. Шинкарук А. Л., Парфенюк В. М., Кац Е. Я. Європейські публічні комунікації: культура, політика, технології : кол. монографія. Рівне, 2013. 416 с.
18. Шнайдер В., Рауе П.-Й. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / пер. з нім. В. Климченко ; за заг. ред. В. Іванова. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. 358 с.
19. Georgiievska V. History of Ukrainian Journalism: Functioning of the Advertising and Reference Press in the Territory of Transdnieper Ukraine (XIX – early XX centuries). Kyiv : ЦУЛ, 2023.

Інтернет-ресурси

1. Абетка соціальних комунікацій : довідник / уклад. Г. В. Горбенко ; за наук. ред. Л. Г. Масімової. Київ : Жнець, 2014. 152 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/7768/1/Gorbenko_G_Masimova_L_Abetka_socialnuh_comunikacij_c_152.pdf.
2. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. практ. посіб. / Ін-т масової інформації. Київ : Софія-А, 2016. 184 с. URL: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Mediakompas.pdf>.
3. Земляна І. Журналіст і (не) безпека. Посібник для журналістів, які працюють в небезпечних умовах / Ін-т масової інформації. Київ, 2016. URL: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Zhurnalist-i-nebezpeka.pdf>.
4. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики / за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с. URL: <https://www.aup.com.ua/uploads/TMbook.pdf>.
5. Квіт С. Масові комунікації. 2-ге вид., випр. і допов. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. URL: <https://kvit.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/Mass-Communications-2018.pdf>.
6. Косюк О. Теорія масової комунікації : навч. посіб. Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. 384 с. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/10031/1/kosiukteoriya%20верстка%201.pdf>.
7. Куляс І., Головенко Р., Земляна І. ЗМІ та вибори Саморегуляція, безпека, закони / за заг. ред. Н. Лигачової-Чернолуцької, О. Романюк ; Ін-т масової інформації. Київ, 2018. 100 с. URL: https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/posibnyk_WEB_2.pdf.
8. Практична медіаосвіта: авторські уроки : збірка / ред.- упоряд. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Акад. укр. преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/Avtorski_uroku.pdf.
9. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. Київ : КиМУ, 2011. 313 с. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2881/1/ПІДРУЧНИК%20-%20ХОЛОД%20О.%20М.%20Ком.%20техн.%20-%202011.pdf>.
10. Яремчук С. С. Соціологія масової комунікації : навч. посіб. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2015. 248 с. URL: <http://www.sociology.chnu.edu.ua/res//sociology/socmas.pdf>.