

DOI: 10.20535/2522-1078.2023.1(13).287528

УДК 371.385

Надходження до редакції: 22.08.2023

Прийняття до друку: 31.08.2023

**Головко О. А.**

*старш. викл. кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, holovko.olha@iill.kpi.ua*

ORCID: 0000-0002-9955-4913

**Holovko O.**

*Senior lector of the Department of Publishing and Editing, Publishing and Printing Institute of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, Ukraine, holovko.olha@iill.kpi.ua*

ORCID: 0000-0002-9955-4913

## **РОЛЬ МЕДІАДИЗАЙНУ У ФАХОВІЙ ПІДГОТОВЦІ ЖУРНАЛІСТІВ**

### **THE ROLE OF MEDIA DESIGN IN PROFESSIONAL TRAINING OF JOURNALISTS**

Стаття присвячена актуальній темі упровадження медіадизайну у фахову підготовку журналістів. У дослідженні проаналізовано сутність, структуру й функції медіадизайну, його роль у професійній діяльності журналіста.

У межах наукового пошуку проведено дослідження думки журналістів-практиків, здобувачів освіти журналістських спеціальностей, науково-педагогічних працівників, які здійснюють підготовку журналістських кадрів. Журналістам-практикам і здобувачам журналістських спеціальностей пропонувалося оцінити значимість медіадизайну у практичній діяльності журналістів за такими показниками: актуальність використання елементів медіадизайну у журналістській практиці, професійна готовність журналіста до використання елементів медіадизайну при створенні контенту, роль медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту, значення медіадизайну у приверненні уваги читачьких аудиторій до опублікованого матеріалу, роль медіадизайну у розкритті актуалізованої у журналістських матеріалах проблеми. Науково-педагогічним працівникам кафедр журналістики закладів вищої освіти потрібно було оцінити значення медіадизайну у підготовці журналістів за показниками: якість і повнота представлення медіадизайну у змісті освіти журналістів, готовність журналіста до використання елементів медіадизайну у перспективній професійній діяльності, відповідність фахової підготовки журналістів вимогам до використання медіадизайну, умотивованість здобувачів освіти до використання елементів медіадизайну у майбутній професійній діяльності, роль медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту. Усі респонденти

дослідження відмітили актуальність використання елементів медіадизайну у журналістській практиці, роль медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту, значення медіадизайну у приверненні уваги читацьких аудиторій до опублікованого матеріалу, роль медіадизайну у розкритті актуалізованої у журналістських матеріалах проблеми та констатували недостатню професійну готовність сучасних журналістів до використання медіадизайну у професійній діяльності.

**Ключові слова:** вища освіта, здобувачі освіти, зміст освіти, медіадизайн, журналіст, журналістика, науково-педагогічні працівники, фахова підготовка.

The article is devoted to the current topic of the introduction of media design into the professional training of journalists. The study analyzed the essence, structure and functions of media design, its role in the professional activity of a journalist.

As part of the scientific search, a study of the opinions of practicing journalists, students of journalism specialties, scientific and pedagogical workers who train journalistic personnel was conducted. Practicing journalists and students of journalism specialties were asked to evaluate the importance of media design in the practical activities of journalists according to the following indicators: the relevance of using media design elements in journalistic practice, the professional readiness of a journalist to use media design elements when creating content, the role of media design in creating quality journalistic content, the importance of media design in attracting the attention of readers to the published material, the role of media design in revealing the actualized problem in journalistic materials. Scientific and pedagogical staff of journalism departments of higher education institutions had to evaluate the value of media design in the training of journalists according to the indicators: the quality and completeness of the presentation of media design in the content of the education of journalists, the journalist's readiness to use the elements of media design in prospective professional activities, the correspondence of the professional training of journalists to the requirements for the use of media design, motivation of students to use elements of media design in their future professional activities, the role of media design in creating quality journalistic content. All respondents of the study noted the relevance of using elements of media design in journalistic practice, the role of media design in creating quality journalistic content, the importance of media design in attracting the attention of readers to the published material, the role of media design in revealing the problem actualized in journalistic materials, and noted the insufficient professional readiness of modern journalists to use media design in professional activity.

**Keywords:** higher education, education seekers, content of education, media design, journalist, journalism, scientific and pedagogical workers, professional training.

**Вступ.** В умовах деструктивних викликів сьогодення, актуалізації необхідності висвітлення у засобах масової інформації різноманітного достовірного, максимально відповідного реальній дійсності контенту зростає роль фахової підготовки журналістів, які мають транслювати цільовим аудиторіям не просто актуальний і достовірний контент, а й уоформлений із урахуванням можливостей сучасних технологій. Сучасна цільова аудиторія читачів засобів масової інформації є орієнтованою здебільшого на візуальне сприйняття даних, мінімальне текстове наповнення трансльованого журналістськими спільнотами контенту, що зумовлює необхідність приділення особливої уваги дизайну кожної публікації. Суттєву роль у підготовці журналістських кадрів до роботи у сучасному мінливому, трансформованому просторі відіграє медіадизайн, який забезпечує достатній для якісного сприйняття цільовими аудиторіями читачів художнього оформлення інформації із використанням при цьому сучасних електронних досягнень. Проте врахування у змісті освіти сучасного журналіста такого компонента як медіадизайн потребує ґрунтовного аналізу із позицій викликів підготовки журналістських кадрів в умовах зумовлених діджиталізацією усіх сфер життя і діяльності людини трансформацій та суттєвими змінами рівнів сприйняття цільовими аудиторіями трансльованого їм актуального контенту.

**Огляд літератури.** У наукових розвідках, присвячених фаховій підготовці сучасних журналістів, акцентується увага на важливості урахування у змісті підготовки журналістських кадрів динамічних завдань медіапростору, що вимагає від фахівців сформованості низки інноваційних компетентностей з медіадизайну. Учені вказують на міждисциплінарність, багатопрофільність медіадизайну, на його базованість на знаннях з образотворчого мистецтва, з основ мистецтва кіно і театру, журналістики, аудіо- і відеотехнологіях подання цифрової інформації; на використання традиційних і нетрадиційних каналів обміну контентом, на розвиток багатопрофільного, варіативного та мобільного мультимедійного медіасередовища. Слушною є також думка про консолідацію в особі сучасного журналіста функцій моушен-дизайнера, адміністратора, модератора, контент-редактора, дизайнера медіа тощо. Медіадизайн розглядається у єдності графічного, інформаційного, рекламного, корпоративного компонентів [5, с. 79, 81, 82].

У закладах вищої освіти у межах фахової підготовки журналістів активно впроваджуються спільнотворчі проекти, внутрішньокommунікаційні

та промоційні завдання, подовжена комунікація, колективні студентські проекти, характерною рисою яких є мультиплатформність, що забезпечує втілення творчих можливостей та презентацій професійних навичок [4, с. 98–100] із використанням при цьому можливостей медіадизайну.

В. Шевченко трактує медіадизайн як «художнє оформлення інформації, носіїв інформації за допомогою новітніх електронних технологій з метою привернення уваги, покращення сприймання та запам'ятовування». Учений виокремлює статичні (друковані й електронні ЗМІ, фірмовий стиль, логотипи різних ЗМІ, теледизайн, медіа студії) та динамічні (рухомі картинки, заставки на телебаченні; анімовані банери в інтернет; вебдизайн на основі флештехнологій) [12, с. 328, 329].

В. Шевченко також вказує на наявність чіткого вираженого впливу засобів медіадизайну на емоційний стан читачів ЗМІ і їх поведінкові реакції на трансльований контент, чим детермінується соціальна відповідальність журналіста за продукт і результат своєї праці [12, с. 331].

Впровадження медіадизайну у фахову підготовку журналістів зумовлено трансформацією журналістики, зокрема процесу їх роботи, змісту й організації новин, взаємозв'язку між новинними організаціями, журналістами та їх численними публікаціями [13], змінами у способах та інструментах здобування інформації [14, с. 7], актуалізацією вимог щодо мультикваліфікованості журналістів, формування у них умінь працювати з широким спектром медіаплатформ [14, с. 8], технологічними змінами в журналістській діяльності, як-от: змінами в практиці збору новин; прискорення моделей виробництва контенту; конвергенція прикладних програм для друку [3, с. 51]. Від упровадження новітніх трендів, до яких можна віднести медіадизайн, у зміст фахової підготовки журналістів залежить якість журналістської освіти в цілому [3, с. 152, 153].

Коригування змісту фахової підготовки журналістів через внесення у нього вивчення медіадизайну також детерміновано особливостями електронних ЗМІ, які сьогодні суттєво превалюють над друкованими. Цими особливостями є гіпертекстуальність, мультимедійність, інтерактивність сучасного медійного продукту [8, с. 22]. Окрім того, на провідну роль медіадизайну у фаховій підготовці журналістів вказує популярна практика досягнення занурення цільових аудиторій у створену журналістом реальність, що реалізується у єдності чотирьох рівнів (просторового, часового, просторово-часова імерсивність, емоційне

занурення). Використання елементів медіадизайну у журналістській діяльності сприяє досягненню високого ступеня повноти і психологічної достовірності оповіді, зміні сприйняття спостерігачем власної позиції щодо медіаобразу, тобто перетворює його із зовнішнього спостерігача на внутрішнього, створює ефект залучення [2, с. 93, 95], сприяє побудові принципово нової форми медіаоповідача та медіаоповідання [7].

Медіадизайн у журналістиці виконує функцію привернення уваги, покращення сприймання та запам'ятовування трансльованого цільовим аудиторіям контенту; виховну функцію, формувальну й маніпулятивну, естетичну функції [6, с. 215–217].

О. Ситник зазначає, що медіадизайн передбачає художньо-технічне оформлення та подання інформації з урахуванням ергономіки роботи з інформаційними джерелами та сервісами, функціональних можливостей подання інформації, естетики візуальних форм її представлення та психологічних критеріїв сприйняття її людиною [10, с. 662, 663]. Дослідники С. Прищенко, Є. Антонович, Т. Сенчук співвідносять медіадизайн із дизайном візуально-інформаційного середовища, з інноваційним етапом проектування для віртуального світу [9, с. 268], вказують на важливість його упровадження у фаховому підготовку медівників з огляду на динамічність, складність, варіативність, високу візуалізацію, іміджевість створюваного журналістами контенту, зростання ролі та значення візуальних комунікацій, заміну письмово-друковано-гуманітарної культури на візуально-цифрову [9, с. 245, 246], розвиток візуальної культури на базі комп'ютерних технологій, превалювання візуальних інформаційних потоків над вербальними, через переважання у користувачів контенту нового, фрагментарного, «кліпового» мислення, заснованого на емоційності, візуальності, варіативності, сприйнятті великої кількості різноманітних елементів, визначальність візуальної мови у трансляції закладених у відповідному контенті ідей, у відтворенні динаміки соціокультурного життя [9, с. 255–257].

О. Ситник підкреслює роль медіадизайну у створенні принципово нового комунікативного середовища, у якому зростає доступність контенту, одночасно існують повноправно розрізнені носії інформації, об'єднані в один [10, с. 664]. К. Афанасьєва вбачає доцільність упровадження медіадизайну у повсякденну журналістську практику у зв'язку зі зміною ритму споживання інформації, зростанням вимог до її лаконічності, інформаційним перенасиченням споживачів контенту, формування у них усвідомленої потреби у конкретній (цікавій, корисній

чи необхідній) інформації [1, с. 6]. О. Ситник наголошує на важливому значенні медіадизайну в реалізації комунікативної спрямованості журналістської праці, в активізації мотивації читачьких аудиторій до взаємодії між собою та авторами контенту [11, с. 88].

Науковими працями з питань упровадження медіадизайну у фахову підготовку журналістів охоплено питання сутності, значення, функцій медіадизайну, його видів та актуальності у контексті професійної діяльності представників медіа. Проте врахування думки журналістів-практиків, здобувачів журналістських спеціальностей стосовно ролі медіадизайну у їхній діяльності залишено поза увагою, що й зумовлює необхідність ґрунтовного вивчення цього питання.

**Мета дослідження** — розкрити роль медіадизайну у фаховій підготовці журналістів. Для проведення дослідження ролі медіадизайну у фаховій підготовці журналістів використано метод аналізу, узагальнення й систематизації наукових праць з питань медіадизайну й змісту підготовки журналістських кадрів, опитування журналістів-практиків, здобувачів журналістських спеціальностей, науково-педагогічних працівників кафедр журналістики закладів вищої освіти. Опитування проводилося у режимі онлайн із використанням Google-форм.

Учасниками дослідження стали журналісти-практики друкованих, електронних і конвергентних ЗМІ (25 осіб), здобувачі журналістських спеціальностей (50 осіб), науково-педагогічні працівники кафедр журналістики закладів вищої освіти (20 осіб). Дослідження проводилося упродовж травня–червня 2023 року й передбачало добровільну згоду респондентів на участь в опитуванні. Дослідження проводилося у позанавчальний час і не передбачало прямого втручання в освітній процес закладів вищої освіти.

Для проведення опитування використовувалися авторські анкети. Анкета для опитування журналістів-практиків і здобувачів освіти журналістських спеціальностей передбачала оцінювання респондентами за 10-бальною шкалою значимості медіадизайну у їхній повсякденній професійній діяльності за такими показниками: актуальність використання елементів медіадизайну у журналістській практиці, професійна готовність журналіста до використання елементів медіадизайну при створенні контенту, роль медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту, значення медіадизайну у приверненні уваги читачьких аудиторій до опублікованого матеріалу, роль медіадизайну у розкритті актуалізованої у журналістських матеріалах проблеми. Анкета

для опитування науково-педагогічних працівників кафедр журналістики закладів вищої освіти передбачала оцінювання респондентами за 10-бальною шкалою значимості медіадизайну у змісті освіти сучасного журналіста: якість і повнота представлення медіадизайну у змісті освіти журналістів, готовність журналіста до використання елементів медіадизайну у перспективній професійній діяльності, відповідність фахової підготовки журналістів вимогам до використання медіадизайну, умотивованість здобувачів освіти до використання елементів медіадизайну у майбутній професійній діяльності, роль медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту. За результатами опитування респондентів було встановлено такі рівні значимості кожного показника: 8–10 балів — високий рівень значимості, 5–7 балів — середній рівень значимості, 0–4 балів — низький рівень значимості.

У межах проведеного опитування отримано наведені нижче дані.

Таблиця 1

**Результати опитування журналістів-практиків щодо значимості медіадизайну у їхній професійній діяльності**

№ з/п	Показники	Рівень значимості / % опитаних		
		Високий	Середній	Низький
1	Актуальність використання елементів медіадизайну у журналістській практиці	60	30	10
2	Професійна готовність журналіста до використання елементів медіадизайну при створенні контенту	40	20	40
3	Роль медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту	72	28	0
4	Значення медіадизайну у приверненні уваги читацьких аудиторій до опублікованого матеріалу	56	44	0
5	Роль медіадизайну у розкритті актуалізованої у журналістських матеріалах проблеми	60	30	10

Як бачимо із табл. 1, більшість опитаних журналістів-практиків відмічають високий рівень значимості таких показників, як: актуальність використання елементів медіадизайну у журналістській практиці, роль медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту, значення медіадизайну у приверненні уваги читацьких аудиторій до опублікованого матеріалу, роль медіадизайну у розкритті актуалізованої у журналістських матеріалах проблеми. Водночас респонденти дослідження констатують проблему недостатньої професійної готовності журналіста до використання елементів медіадизайну при створенні контенту.

Таблиця 2

**Результати опитування студентів випускних курсів  
журналістських спеціальностей щодо значимості медіадизайну  
у їхній професійній діяльності**

№ з/п	Показники	Рівень значимості / %опитаних		
		Високий	Середній	Низький
1	Актуальність використання елементів медіадизайну у журналістській практиці	56	44	0
2	Професійна готовність журналіста до використання елементів медіадизайну при створенні контенту	20	20	60
3	Роль медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту	44	56	0
4	Значення медіадизайну у приверненні уваги читацьких аудиторій до опублікованого матеріалу	40	40	20
5	Роль медіадизайну у розкритті актуалізованої у журналістських матеріалах проблеми	56	44	0

На основі даних табл. 2 можна стверджувати, що студенти, що здобувають спеціальність у сфері журналістики, надають високого рівня значимості актуальності використання елементів медіадизайну у журналістській практиці та ролі медіадизайну у розкритті актуалізованої у



журналістських матеріалах проблеми. Менш значимими вважають такі показники, як: роль медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту, значення медіадизайну у приверненні уваги читацьких аудиторій до опублікованого матеріалу. Також респонденти дослідження вказують на недостатній рівень готовності журналіста до використання елементів медіадизайну при створенні контенту.

Таблиця 3

**Результати опитування науково-педагогічних працівників кафедр журналістики закладів вищої освіти щодо значимості медіадизайну у фаховій підготовці журналістів**

№ з/п	Показники	Рівень значимості / %опитаних		
		Високий	Середній	Низький
1	Якість і повнота представлення медіадизайну у змісті освіти журналістів	50	50	0
2	Готовність журналіста до використання елементів медіадизайну у перспективній професійній діяльності	25	75	0
3	Відповідність фахової підготовки журналістів вимогам до використання медіадизайну	50	50	0
4	Умотивованість здобувачів освіти до використання елементів медіадизайну у майбутній професійній діяльності	25	25	50
5	Роль медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту	75	25	0

Як видно із табл. 3, науково-педагогічні працівники кафедр журналістики закладів вищої освіти надають високого рівня значимості медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту, але вказують на недостатню готовність журналіста до використання елементів медіадизайну у перспективній професійній діяльності, низьку вмотивованість здобувачів освіти до використання елементів медіадизайну у майбутній професійній діяльності. За переконанням половини педагогів, які здійснюють підготовку журналістських кадрів у закладах вищої

освіти, позитивними аспектами у впровадженні медіадизайну у зміст підготовки журналістів на поточному етапі є: якість і повнота представлення медіадизайну у змісті освіти журналістів, відповідність фахової підготовки журналістів вимогам до використання медіадизайну.

**Висновки.** Медіадизайн — це художнє оформлення інформації, носіїв інформації за допомогою новітніх електронних технологій з метою привернення уваги, покращення сприймання та запам'ятовування. Медіадизайн у фаховій підготовці журналістів спрямовується на вивчення видів дизайну цифрового середовища, засобів проектування будь-якого медіапродукту продукту, інструментів реалізації завдання з продуктом. Емпіричним дослідженням встановлено актуальність використання елементів медіадизайну у журналістській практиці, роль медіадизайну у створенні якісного журналістського контенту, значення медіадизайну у приверненні уваги читацьких аудиторій до опублікованого матеріалу, роль медіадизайну у розкритті актуалізованої у журналістських матеріалах проблеми та констатовано недостатню професійну готовність сучасних журналістів до використання медіадизайну у професійній діяльності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Афанасьєва К. О. Майбутнє медіаконтенту в тенденціях сучасного ринку. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. Вип. 4. С. 3–7.
2. Боровик К. Імерсивна журналістика: досвід «радіо свобода» (на прикладі спецпроекту «Шахта 360° — очима гірника»). *Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа*: матер. Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції (1 квітня 2020 р.). Київ : КУБГ, 2020. С. 92–96.
3. Гривко А. В., Ситник О. В. Вплив розвитку ІКТ на професійну підготовку журналістів: виклики сучасності. *Методологічні проблеми досліджень плинної сучасності у контексті освіти та філософії*: зб. тез. С. 150–153.
4. Гудошник О., Бучарська І., Мироненко В., Хотюн Л. Проект «Рік війни»: дискусійні питання медійної освіти та журналістської практики. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. Вип. 23. С. 97–107.

5. Дерев'янюк Н. В. Компетентнісний підхід до проектування освітньо-професійної програми з медіадизайну. Науковий журнал Хортицької національної академії. *Scientific Journal of Khortytsia National Academy*. 2020. Вип. 2(3). С. 79–88.
6. Зайко Л. Естетика медіадизайну книг для дітей першої групи. *Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи*: матеріали I Міжнародної наукової конференції, м. Житомир, 27–28 квітня 2023 р. Житомир: Житомирська політехніка, 2023. С. 215–217.
7. Лук'янченко А. Вплив мобільних технологій на стан та розвиток журналістської діяльності. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. *Наукові дослідження українського медійного контенту: соціальний вимір*. Квітень-червень 2017. № 2. С. 90–96.
8. Погребняк О. Інтернет-ЗМІ як новий вид традиційних ЗМІ. *Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції (1 квітня 2020 р.). Київ: КУБГ, 2020. С. 20–23.
9. Прищенко С., Антонович Є., Сенчук Т. Медіадизайн: дослідження термінологічної бази і візуальної стилістики. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2022. Т. 5. № 2. С. 243–260.
10. Ситник О. В. Медіадизайн як інноваційний розвиток проектування. *Проблеми сучасного підручника*. 2014. Вип. 14. С. 661–667.
11. Ситник О. Візуальна комунікація в системі композиційно-графічного моделювання інформаційних порталів. *Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи*. 2014. Вип. 2 (13). С. 87–93.
12. Шевченко В. Е. Медіадизайн як напрямок фахової підготовки журналістів. *Вчені записки Таврійського університету ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. Т. 21(60). 2008. № 1. С. 328–332.
13. Pavlik J. The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies*. 2000. № 1(2). P. 229–237. DOI: 10.1080/14616700050028226.
14. Spilsbury M. Journalists at Work. Their views on training, recruitment and conditions: Independent research commissioned by the National Council for the Training of Journalists. UK, 2018. URL: <https://www.nctj.com/wp-content/uploads/2021/08/JaW-Report-2018-web.pdf> (дата звернення: 12.06.2023).

## REFERENCES

1. Afanasyeva, K. O. (2015). Maybutnye mediakontentu v tendentsiyakh suchasnoho rynku. Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsial'ni komuni-katsiyi. Vol. 4. Pp. 3–7.
2. Borovyk, K. (2020). Imersyvna zhurnalistyka: dosvid «radio svoboda» (na prykladispetsproyektu «Shakhta 360° — ochymahirnyka»). Internet-zhurnalistyka ta novitni tekhnolohiyi v suchasnykh media: materialy Vseukrayins'koyi naukovo-praktychnoyi onlayn-konferentsiyi (1 kvitnya 2020) / nauk. red. V. O. Handzyuk. Kyiv : KUBH, Pp. 92–96.
3. Hryvko, A. V., Sytnyk, O. V. Vplyv rozvytku IKT na profesiynu pidhotovku zhurnalistiv: vyklyky suchasnosti. Metodolohichni problemy doslidzhen'plynnoyi suchasnosti u konteksti osvity ta filosofiyi: zb. tez. Pp. 150–153.
4. Gudoshnyk, O., Buchars'ka, I., Myronenko, V., Khotyun, L. (2023). Proyeckt «Rik viyny»: dyskusiyni pytannya mediynoyi osvity ta zhurnalist'koyi praktyky. Communications and Communicative Technologies. Vol. 23. Pp. 97–107.
5. Derev'yanko, N. V. (2020). Kompetentnisnyy pidkhid do proyektuvannya osvitn'o-profesiynoyi prohramy z mediadyzaynu. Naukovyy zhurnal Khortyts'koyi natsional'noyi akademiyi. Scientific Journal of Khortytsia National Academy. Vol. 2(3). Pp. 79–88.
6. Zayko, L. (2023). Estetyka mediadyzaynu knykh dlya ditey pershoiy hrupy. Sotsial'no-humanitarni studiyi: innovatsiyi, vyklyky ta perspektyvy: materialy I Mizhnarodnoyi naukovoyi konferentsiyi, Zhytomyr, 27–28 kvitnya 2023 / Red. kol.: O. A. Chernysh, V. M. Slyusar, L. M. Chervona [ta in.]. Zhytomyr: Zhytomyrs'ka politekhnika. Pp. 215–217.
7. Luk'yanchenko, A. (2017). Vplyv mobil'nykh tekhnolohiy na stan ta rozvytok zhurnalist'koyi diyal'nosti. Kyyivs'kyy natsional'nyy universytet imeni Tarasa Shevchenka. Naukovi doslidzhennya ukrayins'koho mediynoho kontentu: sotsial'nyy vymir. Kvitnen'-cherven' 2017. № 2. Pp. 90–96.
8. Pohrebnyak, O. (2020). Internet-ZMI yak novyy vyd tradytsiynykh ZMI. Internet-zhurnalistyka ta novitni tekhnolohiyi v suchasnykh media: materialy Vseukrayins'koyi naukovo-praktychnoyi onlayn-konferentsiyi (1 kvitnya 2020) / nauk. red. V. O. Handzyuk. Kyiv : KUBH. Pp. 20–23.

9. Pryshchenko, S., Antonovych Ye., Senchuk, T. (2022). Mediadyzayn: doslidzhennya terminolohichnoyi bazyi vizual'noyistylystyky. *Demiurh: ideyi, tekhnolohiyi, perspektyvy dyzaynu*. T. 5. № 2. Pp. 243–260.
10. Sytnyk, O. V. (2014). Mediadyzayn yak innovatsiynyy rozvytok proektuvannya. *Problemy suchasnoho pidruchnyka*. Vol. 14. Pp. 661–667.
11. Sytnyk, O. V. (2014). Vizual'na komunikatsiya v systemi kompozytsiyno-hrafichnoho modelyuvannya informatsiynykh portaliv. *Pedahohichni innovatsiyi: ideyi, realiyi, perspektyvy*. Vol. 2(13). Pp. 87–93.
12. Shevchenko, V. E. (2008). Mediadyzayn yak napryamok fakhovoyi pidhotovky zhurnalistiv. *Vcheni zapysky Tavriys'koho universytetu im. V. I. Vernads'koho. Seriya «Filolohiya. Sotsial'ni komunikatsiyi»*. T. 21(60). № 1. Pp. 328–332.
13. Pavlik J. The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies*. 2000. № 1(2). Pp. 229–237. DOI: 10.1080/14616700050028226
14. Spilsbury M. *Journalists at Work. Their views on training, recruitment and conditions: Independent research commissioned by the National Council for the Training of Journalists*. UK, 2018. URL: <https://www.nctj.com/wp-content/uploads/2021/08/JaW-Report-2018-web.pdf> (12.06.2023).