

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**

**Кафедра міжнародних відносин та журналістики  
Спеціальність: 061 «Журналістика»**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

**на тему:**

**«СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ КОМУНІКАЦІЇ»**

Подшибякіної Альони Сергіївни,  
групи ЖУР-20

Науковий керівник:  
Професор, кандидат  
Філологічних наук,  
**Момот Неля Миколаївна**

\_\_\_\_\_  
(підпис студента)

\_\_\_\_\_  
(Дата)

\_\_\_\_\_  
(Підпис)

**Попередній захист:**

\_\_\_\_\_  
(Висновок: «До захисту в Екзаменаційній комісії»)

Завідувач кафедри Момот Н.М.

\_\_\_\_\_  
(Підпис)

\_\_\_\_\_  
(Прізвище, ініціали)

\_\_\_\_\_  
(Дата)

## ЗМІСТ

|  |  |
|--|--|
| <b>ВСТУП</b> .....   |  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ КОМУНІКАЦІЇ</b> .....         |  |
| 1.1. Історія та теорії розвитку комунікаційних технологій.....                     |  |
| 1.2. Сучасні інструменти комунікації: класифікація та характеристики.....          |  |
| 1.3. Роль і місце нових медіа в комунікаційному процесі.....                       |  |
| 1.4. Етичні аспекти використання сучасних інструментів комунікації.....            |  |
| <b>РОЗДІЛ 2. ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ МЕДІА В ЖУРНАЛІСТИЦІ</b> .....                     |  |
| 2.1. Аналіз сучасного стану медійного простору та впливу нових медіа.....          |  |
| 2.2. Стратегії та приклади використання нових медіа в професійній діяльності.....  |  |
| 2.3. Кейс-стаді: аналіз кейсів застосування сучасних інструментів комунікації..... |  |
| 2.4. Проблематика та виклики сучасної медійної сфери.....                          |  |
| <b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ НОВИХ МЕДІА</b> .....                |  |
| 3.1. Прогнозування майбутнього розвитку медійних технологій.....                   |  |
| 3.2. Рекомендації щодо оптимізації використання нових медіа.....                   |  |
| 3.3. Етичні та регулятивні аспекти розвитку медійного простору.....                |  |
| <b>ВИСНОВКИ</b> .....  |  |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....  |  |

## ВСТУП

**Актуальність теми.** В епоху стрімкого технологічного прогресу сучасні засоби комунікації стають не лише необхідністю, але й ключовим елементом суспільства. Швидкість та доступність інформації зробили комунікацію невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Засоби комунікації стали не тільки засобом спілкування, але й потужним інструментом впливу, розвитку бізнесу, політики та культури. У цьому контексті важливо дослідити різноманітні аспекти сучасних засобів комунікації, їхню роль у сучасному світі та вплив на суспільство та індивідуума. Це включає в себе вивчення новітніх технологій, які змінюють способи спілкування, а також аналіз викликів та можливостей, що виникають від їх використання. Зокрема, дослідження сучасних інструментів комунікації дозволяє зрозуміти, як ці технології впливають на організації та бізнес, що стає все більш глобальними та взаємозалежними. Також важливо вивчити їхню роль у політичних процесах, зокрема у формуванні громадської думки та масової мобілізації. Проте, разом з беззаперечними перевагами, сучасні інструменти комунікації також постають перед викликами, пов'язаними з приватністю даних, кібербезпекою та поширенням дезінформації. Розуміння цих проблем та пошук шляхів їх вирішення є важливою складовою аналізу сучасних засобів комунікації.

Актуальність теми в сучасному світі важко переоцінити. З кожним днем розвитку технологій ми стикаємося з новими способами взаємодії, спілкування та обміну інформацією. Інструменти комунікації не лише дозволяють людям знаходити спільну мову, а й формують культурні, економічні та політичні реалії сучасного світу. Перехід до цифрової епохи призвів до стрімкого розвитку нових медіа та комунікаційних платформ. Соціальні мережі, онлайн-журналістика, відеоблоги, месенджери та інші інструменти впливають на усі аспекти життя суспільства: від політики та бізнесу до особистих відносин. Актуальність вивчення цієї теми виявляється в тому, що ми постійно

стикаємося з новими етичними, правовими та соціокультурними викликами, пов'язаними з використанням сучасних інструментів комунікації. Розуміння їхнього впливу на суспільство допомагає краще адаптуватися до змін, які вони приносять. У світлі швидкого розвитку технологій інформаційної комунікації, необхідно розглядати перспективи та напрями розвитку нових медіа, а також вивчати етичні аспекти їхнього використання. Тому дана тема є актуальною для дослідження та аналізу як для академічного співтовариства, так і для практиків у сфері комунікацій та журналістики.

**Мета дослідження** полягає у аналізі сучасних інструментів комунікації з метою розкриття їхнього впливу на сучасне суспільство та журналістику.

**Завдання дипломної роботи:**

1. дослідити історію та теорії розвитку комунікаційних технологій для розуміння контексту виникнення та розвитку сучасних засобів комунікації;
2. проаналізувати класифікацію та характеристики сучасних інструментів комунікації з метою усвідомлення їхніх можливостей та обмежень;
3. проаналізувати роль та місце нових медіа в комунікаційному процесі для розкриття їхнього впливу на суспільство та журналістику;
4. проаналізувати етичні аспекти використання сучасних інструментів комунікації з метою визначення принципів та норм, що регулюють їхнє використання.
5. дослідити сучасний стан медійного простору та вплив нових медіа на журналістику;
6. дослідити стратегії та приклади використання нових медіа в професійній діяльності журналістів.

**Об'єкт дослідження:** сучасні інструменти комунікації.

**Предмет дослідження:** вплив сучасних інструментів комунікації на суспільство та журналістику.

**Наукові методи дослідження:** аналіз літературних джерел, кейс-стаді, компаративний аналіз.

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає в глибокому аналізі сучасних інструментів комунікації та їх впливу на суспільство. Це дослідження включає не лише огляд існуючих технологій, але й аналіз їхнього етичного використання в різних сферах, від політики до особистих відносин. Додатково, в роботі прогнозуються можливі напрями розвитку медійних технологій, що є важливим для розуміння майбутніх тенденцій та адаптації до швидкозмінних умов комунікаційного середовища.

**Практична значущість отриманих результатів** полягає в їхньому застосуванні для розробки стратегій комунікації в різних сферах діяльності, від бізнесу та медіа до громадської діяльності. Розуміння етичних аспектів використання інструментів комунікації дозволить уникнути можливих конфліктів та забезпечить ефективне взаємодію з аудиторією. Прогнозування майбутнього розвитку медійних технологій допоможе компаніям та організаціям бути впевненими у своїй конкурентоспроможності та готовності до змін в майбутньому.

**Структура та обсяг роботи.** Загальний обсяг роботи складає 79 сторінок. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел – 77 позицій.

## ВИСНОВКИ

У роботі досліджено ландшафт сучасних комунікаційних інструментів, зосереджуючись на їхній появі, розвитку та глибокому впливі на суспільство і сферу журналістики. Дослідження розпочалося з простеження історичної траєкторії та теоретичних засад, які сформували еволюцію комунікаційних технологій. Це забезпечило фундаментальне розуміння того, як з'явилися сучасні комунікаційні інструменти та їхні теоретичні підвалини, які мають вирішальне значення для розуміння їхньої функціональності та суспільної інтеграції. Завдяки детальному вивченню різних сучасних комунікаційних інструментів, їх класифікаціям та характеристикам було окреслено їхні можливості та обмеження, виявлено їхні можливості та обмеження. Цей аналіз допоміг проілюструвати різноманітну природу цих інструментів та їхню адаптивність у різних комунікативних контекстах. Крім того, було критично оцінено роль і значення нових медіа в комунікаційному процесі, підкреслено їхній трансформаційний вплив на публічний дискурс і суспільну взаємодію.

На основі проведеного дослідження і відповідно до мети, і завдань дослідження були сформульовані наступні висновки:

1. Дослідження історії та теорій розвитку комунікаційних технологій виявило безперервну еволюцію під впливом як технологічного прогресу, так і суспільних потреб. Генезис сучасних засобів комунікації можна простежити до ранніх інновацій у сфері телекомунікацій та цифрових технологій, що ґрунтувалися на таких теоріях, як «засіб - це повідомлення» Маршалла Маклюена, який підкреслював роль засобу у формуванні та контролі масштабу і форми людських об'єднань та дій. Цей історичний і теоретичний фундамент має важливе значення для розуміння контексту і траєкторії розвитку сучасних засобів комунікації, надаючи уявлення про їхній трансформаційний потенціал у суспільстві.

2. Класифікація сучасних комунікаційних інструментів за такими категоріями, як соціальні медіа-платформи, додатки для обміну миттєвими

повідомленнями та технології для спільної роботи, підкреслила їхнє різноманітне застосування та функціональність. Кожна категорія інструментів має унікальні характеристики, які задовольняють різні комунікативні потреби - від взаємодії в режимі реального часу до масового мовлення та спільної роботи. Це завдання підкреслило різноманітність і складність сучасних комунікаційних інструментів, розкривши їхні можливості сприяти розширенню та багатогранності форм комунікації в суспільстві.

3. Нові медіа зайняли значну нішу в комунікаційному процесі, виступаючи як платформи для поширення інформації, так і арени для інтерактивного дискурсу. Їх роль виходить за рамки простого засобу комунікації і стає невід'ємною складовою суспільного діалогу, формуючи громадську думку та сприяючи політичним і соціальним рухам. Цей аналіз показав, що нові медіа стали невід'ємною частиною повсякденного життя людей, суттєво впливаючи на соціальну взаємодію та ширший комунікативний ландшафт.

4. Дослідження висвітлило двоїсту природу сучасних засобів комунікації з етичної точки зору. Хоча вони розширюють можливості зв'язку та доступу до інформації, вони також викликають занепокоєння, такі як вторгнення в приватне життя, дезінформація та цифровий розрив. Етичний аналіз вказав на необхідність створення надійних етичних рамок і моделей управління для вирішення цих питань. Забезпечення етичного використання цих інструментів передбачає спільні зусилля розробників технологій, політиків і користувачів, спрямовані на дотримання стандартів, які захищають права особистості та сприяють створенню здорового комунікативного середовища.

5. Нові медіа здійснили революцію в журналістиці, трансформували традиційні медіа-структури та створили нові можливості для репортажів і публікацій. Однак ця трансформація також спричинила такі виклики, як ерозія журналістських стандартів та посилення конкуренції з боку нетрадиційних медіа-суб'єктів. Сучасний медіа-ландшафт, як показано в цьому завданні, характеризується швидким темпом змін, що вимагає від журналістів адаптації до нових технологій, зберігаючи при цьому етичні та професійні стандарти.

6. Дослідження використання нових медіа в журналістиці виявило різні інноваційні стратегії, які журналісти використовують для взаємодії з аудиторією, збору інформації та поширення новин. Такі приклади, як використання соціальних мереж для репортажів у режимі реального часу та мультимедійного сторітелінгу, ілюструють проактивну адаптацію нових медіа в журналістиці. Ці стратегії підкреслюють потенціал нових медіа для вдосконалення журналістських практик, хоча вони також потребують постійного навчання та етичної пильності.

Таким чином, сучасні комунікаційні інструменти безповоротно змінили структуру суспільства та журналістики. Їхній подальший розвиток створює як можливості, так і виклики, які потребують вдумливого аналізу, етичних міркувань і стратегічного впровадження, щоб вони приносили користь суспільству і вдосконалювали журналістську професію. Дослідження сприяло глибшому розумінню цієї динаміки та заклала основу для майбутніх досліджень складної взаємодії між технологіями, комунікацією та суспільством.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Денисюк С.Г. Комунікологія: навч. пос. Вінниця: ВНТУ, 2015.102 с.
2. Захарченко А. Інтернет-медіа. Київ: Видавець Марченко, 2015. 142 с.
3. Коритнікова Н.В. Інтернет-представництво як комунікативний ресурс державного управління: автореф. дис. ... канд. соц. наук: спец. 22.00.04 «спеціальні та галузеві соціології» / Харківський нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2008. 20 с. Кузнецова О.Д. Засоби масової комунікації. Львів: ПАЮ, 2005. 200 с.
4. The Printing Press & the Protestant Reformation. URL: <https://www.worldhistory.org/article/2039/the-printing-press--the-protestant-reformation/> (дата звернення: 25.04.2024).
5. Момот Н.М. Історія комунікаційного простору української культури в публіцистиці Є. Маланюка. Комунікаційний простір постінформаційного суспільства: проблеми та перспективи: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 30 травня 2023 року). - Вінниця: ТВОРИ, 2023. - С. 67-70.
6. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
7. Samuel F. B. Morse Papers at the Library of Congress, 1793 to 1919. URL: <https://www.loc.gov/collections/samuel-morse-papers/articles-and-essays/invention-of-the-telegraph/> (дата звернення: 25.04.2024)
8. Invention of the Telephone: Topics in Chronicling America. URL: <https://guides.loc.gov/chronicling-america-telephone-invention> (дата звернення: 25.04.2024)
9. The Story Behind the Telephone. URL: <https://fi.edu/en/blog/story-behind-telephone> (дата звернення: 25.04.2024)
10. Marconi's First Wireless Transmission. URL: <https://www.ool.co.uk/blog/marconis-first-wireless-transmission/> (дата звернення: 25.04.2024)

11. The Fireside Chats: Roosevelt's Radio Talks. The White House speaks to America. URL: <https://www.whitehousehistory.org/the-fireside-chats-roosevelts-radio-talks> (дата звернення: 25.04.2024)
12. Stephens M. History of Television. URL: <https://stephens.hosting.nyu.edu/History%20of%20Television%20page.html> (дата звернення: 25.04.2024)
13. The History of Television (or, How Did This Get So Big?). URL: <https://www.cs.cornell.edu/~pjs54/Teaching/AutomaticLifestyle-S02/Projects/Vlku/history.html> (дата звернення: 25.04.2024)
14. Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2024, April 10). personal computer. Encyclopedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/technology/personal-computer> (дата звернення: 25.04.2024)
15. Early Personal Computers, 1970s-1980s. URL: <https://collections.museumsvictoria.com.au/articles/15729> (дата звернення: 25.04.2024)
16. From ARPANET to the internet. URL: <https://www.sciencemuseum.org.uk/objects-and-stories/arpamet-internet> (дата звернення: 25.04.2024)
17. Іващенко В.Л. Сучасні медіакомунікативні технології: навчальний посібник. Київ: ТОВ «Видавництво «Розумники»», 2021. 192 с.
18. Kane G. C. The evolutionary implications of social media for organizational knowledge management. Information and organization. 2017. № 27(1). P. 37-46.
19. Urry J. Social networks, mobile lives and social inequalities. Journal of transport geography. 2012. № 21. P. 24-30.
20. Dimitrova D. V., Matthes J. Social media in political campaigning around the world: Theoretical and methodological challenges. Journalism & mass communication quarterly. 2018. № 95(2). P. 333-342.
21. Матвєєва С. А. Сайт як жанр інтернет-комунікації (на матеріалі

персональних сайтів учених): дис. на здобуття ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.15 «загальне мовознавство». Луганськ, 2006. 212 с.

22. Городенко Л. М. Концепція блогу як технології нових медіа. *Current issues of mass communication*. 2014. № 15. С. 50-61.

23. Tulshan A. S., Dhage S. N. Survey on virtual assistant: Google assistant, siri, cortana, alexa. In *Advances in Signal Processing and Intelligent Recognition Systems: 4th International Symposium SIRS 2018*. 2019. P. 190-201.

24. Chemouil P., Hui P., Kellerer W., Li Y., Stadler R., Tao D., ... Zhang Y. Special issue on artificial intelligence and machine learning for networking and communications. *IEEE Journal on Selected Areas in Communications*. 2019. № 37(6). P. 1185-1191.

25. El-Ebiary Y. A. B., Hatamleh A., Aseh K., Altrad A., Amayreh K. T., Hilles S., ... Aledinat L. S. Blockchain as a decentralized communication tool for sustainable development. In *2021 2nd International Conference on Smart Computing and Electronic Enterprise (ICSCEE)*. 2021. P. 127-133.

26. Debatin B. Ethical implications of blogging. *The handbook of global communication and media ethics*. 2011. № 1. P. 823-844.

27. Городенко Л. М. Нові медіа: журналістика чи комунікація?. *Current issues of mass communication*. 2013. № 14. P. 65-69.

28. Городенко Л. Новітні медіа. URL: <http://journ.univ.kiev.ua/csc/wp-content/uploads/2020/11/NewMedia.pdf> (дата звернення: 25.04.2024)

29. Алексеєнко Ю. О. Соціальні медіа й соціальні мережі в процесі конвергенції старих і нових медіа. *Теорія та історія соціальних комунікацій*. 2021. № 32. С. 71.

30. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. *Жанри в інтернеті: навчальний посібник*. Електроні дані. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 130 с.

31. Зражевська Н. І. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакультурі. *Current issues of mass communication*. 2013. Вип. 14. С. 70-75.

32. Pavlik J. V. New media and news: Implications for the future of journalism. *New Media & Society*. 1999. № 1(1). P. 54-59.

33. O'sullivan J., Heinonen A. Old values, new media: Journalism role perceptions in a changing world. *Journalism Practice*. 2008. № 2(3). P. 357-371.
34. Fenton N. New media, old news: Journalism and democracy in the digital age. *New Media, Old News*. 2009. P. 1-232.
35. Bivens R. K. The Internet, mobile phones and blogging: How new media are transforming traditional journalism. *Journalism practice*. 2008. № 2(1). P. 113-129.
36. Pavlik J. V. Running the technological gauntlet: Journalism and new media. *Making journalists*. 2005. P. 245-263.
37. Compton J. R., Benedetti P. Labour, new media and the institutional restructuring of journalism. In *The future of journalism*. 2013. P. 52-64.
38. Fenton N. Drowning or waving? New media, journalism and democracy. *New media, old news: Journalism & democracy in the digital age*. 2010. P. 3-16.
39. Višňovský J., Radošinská J., Predmerská A. Digital Journalism Rethinking Journalistic Practice in the era of Digital Media. *European Journal of Science and Theology*. 2015. № 11(6). P. 57-66.
40. Fortunati L., Sarrica M., O'Sullivan J., Balcytiene A., Harro-Loit H., Macgregor P., ... De Luca F. The influence of the internet on European journalism. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2009. № 14(4). P. 928-963.
41. Višňovský J., & Bielik P. Explanatory journalism—a new way how to communicate in digital era. *Media literacy and academic research*. 2021. № 4(1). P. 14-37.
42. Wang S., Zhu X., Ding W., Yengejeh A. A. Cyberbullying and cyberviolence detection: A triangular user-activity-content view. *IEEE/CAA Journal of Automatica Sinica*. 2022. № 9(8). P. 1384-1405.
43. Stokes S. *Digital copyright: law and practice*. Bloomsbury publishing, 2019. 289 p.
44. Royackers L., Timmer J., Kool L., Van Est R. Societal and ethical issues of digitization. *Ethics and Information Technology*. 2018. № 20. P. 127-142.
45. General Data Protection Regulation (GDPR). URL: <https://gdpr-info.eu/>  
(дата звернення: 25.04.2024)

46. Understand the key provisions of California's consumer privacy legislation – including enforcement, consumer rights, and how to comply. URL: <https://pro.bloomberglaw.com/insights/privacy/california-consumer-privacy-laws/> (дата звернення: 25.04.2024)
47. Online Platforms' Moderation of Illegal Content Online. Law, Practices and Options for Reform. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652718/IPOL\\_STU\(2020\)652718\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652718/IPOL_STU(2020)652718_EN.pdf) (дата звернення: 25.04.2024)
48. SPJ Code of Ethics. URL: <https://www.spj.org/ethicscode.asp> (дата звернення: 25.04.2024)
49. We believe in a world where the Internet means opportunity. We care about its future. URL: <https://www.internetsociety.org/> (дата звернення: 25.04.2024)
50. Gane N., Beer D. New media: The key concepts. Berg, 2008. 160 p.
51. Pratt A. C. New media, the new economy and new spaces. Geoforum. 2000. № 31(4). P. 425-436.
52. Lister M., Dovey J., Giddings S., Grant I., Kelly K. New media: A critical introduction. Routledge, 2008. 464 p.
53. Hansen M. B., Hansen, M. B. N. New philosophy for new media. MIT press, 2006. 333 p.
54. Livingstone S. New media, new audiences?. New media & society. 1999. № 1(1). P. 59-66.
55. Schulz W. Mediatization and new media. In Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western democracies. 2014. P. 57-73.
56. Breakenridge D. K. PR 2.0: New media, new tools, new audiences. Ft Press, 2008. 275 p.
57. Josephi B. Digital journalism and democracy. The SAGE handbook of digital journalism. 2016. P. 9-24.
58. Cook C., Knight M. Social media for journalists: Principles and practice. Social Media for Journalists. 2013. P. 1-288.
59. Bossio D., Holton A. E. Burning out and turning off: Journalists'

disconnection strategies on social media. *Journalism*. 2021. № 22(10). P. 2475-2492.

60. Blankenship J. C. Losing their “mojo”? Mobile journalism and the deprofessionalization of television news work. *Journalism Practice*. 2016. № 10(8). P. 1055-1071.

61. Lievrouw L. A. *Alternative and activist new media*. John Wiley & Sons, 2011. 304 p.

62. Kaymas S. A. When the journalist meets new media: Some reflections on the interactions between journalist and new media driven journalism in Turkey. *Journal of Media Research-Revista de Studii Media*. 2017. № 10(29). P. 26-47.

63. Mellado C., Alfaro A. Platforms, journalists and their digital selves. *Digital journalism*. 2020. № 8(10). P. 1258-1279.

64. BBC News. URL: <https://twitter.com/BBCWorld> (дата звернення: 25.04.2024)

65. NDTV. URL: <https://www.ndtv.com/> (дата звернення: 25.04.2024)

66. Lynx Insight Service. URL: <https://www.reuters.com/authors/lynx-insight-service/> (дата звернення: 25.04.2024)

67. Al Jazeera. URL: <https://www.aljazeera.com/> (дата звернення: 25.04.2024)

68. Hallin D. C. Media, the public sphere, and the globalization of social problems. *Globalizing Issues: How Claims, Frames, and Problems Cross Borders*. 2020. P. 321-335.

69. Deane J. Media, democracy and the public sphere. *Media and Glocal Change: Rethinking Communication for Development*, Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. 2005. P. 178.

70. Iosifidis P. The public sphere, social networks and public service media. *Information, Communication & Society*. 2011. № 14(5). P. 619-637.

71. Carpentier N., Dahlgren P., Pasquali F. Waves of media democratization: A brief history of contemporary participatory practices in the media sphere. *Convergence*. 2013. № 19(3). P. 287-294.

72. *Adapting To The Times: The New York Times Digital Transformation*

Strategy. URL: <https://blog.osum.com/new-york-times-digital-transformation/> (дата звернення: 25.04.2024)

73. Challenges facing the Publishing and Media industry in 2024. URL: <https://deployteq.com/challenges-facing-the-publishing-and-media-industry-in-2024/> (дата звернення: 25.04.2024)

74. Shavkatovna S. N. The peculiarities of journalistic style. In E-Conference Globe. 2021. P. 122-123.

75. Trenz H. J. Digital media and the return of the representative public sphere. Javnost-the public. 2009. № 16(1). P. 33-46.

76. Hjarvard S. News media and the globalization of the public sphere. News in a globalized society. 2001. P. 17-39.

77. du Preez M. Ethical dilemmas in journalism. Ecquid Novi. 1994. № 15(1). P. 117-122.