


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА

Кафедра практичної психології

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Декан педагогічного
факультету Олександр Т.О.
(підпис)
«28» серпня 2024 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА
вибіркової навчальної дисципліни

«Основи медійності психолога»

освітнього рівня бакалавр
галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальності 053 Психологія
ОПП «Практична психологія»,
«Психологія розвитку особистості»

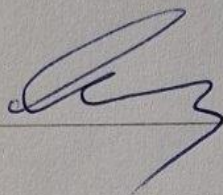
Шифр за навчальним планом **ВВ2.03**

Робоча програма розроблена на підставі навчальної програми «*Основи медійності психолога*», затверджена Вченою радою УДУ імені Михайла Драгоманова

Розробник: *Гончаренко І.О.*, викладач кафедри практичної психології педагогічного факультету

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри практичної психології «26» серпня 2024 року, протокол №1.

Завідувач кафедри



Митник О.Я.

I. Опис навчальної дисципліни

Загальні характеристики дисципліни	Навчальне навантаження з дисципліни		Методи навчання і форми контролю
Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки	Кількість кредитів - 3		Методи навчання Пояснювально-ілюстративні методи. Інтерактивні методи: мікрОВикладання, інверсії, емпатії, інциденту Рольовий тренінг. Розв'язування психологічних завдань.
Спеціальність (код, назва) 053 Психологія («Практична психологія» «Психологія розвитку особистості»)	Загальна кількість годин – 90		
	<i>Денна</i>	<i>Заочна</i>	
Освітній рівень: «бакалавр»	Лекції:		
		5	
	Семінарські (практичні) заняття:		
Вибіркова		5	
	Лабораторні заняття:		
Рік вивчення дисципліни за навчальним планом: 3-й,			Форми поточного контролю: МКР, ІНДЗ
	Індивідуальна робота:		
Семестр: 5-й			
	Самостійна робота:		
Самостійна робота		80	Форма підсумкового контролю: <i>залік</i>
	Співвідношення аудиторних годин і годин СРС:		
Мова навчання – українська		11% : 89%	

Предмет вивчення навчальної дисципліни – розуміння впливу медіа на психологічний стан та поведінку людей. Психологічні аспекти використання медіа, такі як реклама, соціальні мережі, інтернет, телебачення та інші медійні платформи.

Міждисциплінарні зв'язки. Зміст курсу «Основи медійності психолога» тісно пов'язаний із вивченням таких дисциплін: «Загальна психологія з практикумом», «Вікова психологія», «Вступ до фаху».

Мета і завдання навчальної дисципліни.

Метою вивчення дисципліни «Основи медійності психолога» є надання майбутнім психологам необхідних знань та навичок для розуміння впливу медіа на психічний стан і поведінку людей, а також розвиток психологічної компетентності в медійному середовищі.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни є: сформувати у студентів систему знань щодо теоретичних основ медійності; розкриття ролі медійності в діяльності психолога; визначення складових медійності психолога; розгляд соціальних мереж та їхньої ролі в медійній діяльності майбутніх психологів; допомога студентам в практичному опануванні та застосуванні отриманих знань.

II. Основні результати навчання і компетентності згідно з вимогами освітньо-професійної програми:

№ з/п	Результати навчання	Компетентності
	<p>ПР3. Здійснювати пошук інформації з різних джерел, у т.ч. з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, для вирішення професійних завдань.</p> <p>ПР9. Пропонувати власні способи вирішення психологічних задач і проблем у процесі професійної діяльності, приймати та аргументувати власні рішення щодо їх розв'язання</p> <p>ПР10. Формулювати думку логічно, доступно, дискутувати, обстоювати власну позицію, модифікувати висловлювання відповідно до культуральних особливостей співрозмовника</p>	<p>ЗК2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК3. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>СК14. Здатність організувати власну діяльність і конструктивну взаємодію між психологом та клієнтами та останніх між собою, управляти дискусією.</p> <p>СК15. Здатність презентувати себе як фахівця, який спроможний надати кваліфіковану допомогу; здатність викликати симпатію, довіру;</p>

		зацікавлювати, вести за собою, заохочувати, підтримувати, заспокоювати, переконувати, вмотивовувати.
--	--	--

III. Тематичний план дисципліни

На вивчення навчальної дисципліни відводиться **3 кредити ЄКТС 90** годин.

№ з/п	Назви модулів і тем	Кількість годин (заочна(вечірня) форма навчання)				
		Аудиторні	Лекції	Практичні (семінарські)	Лабораторні	СРС
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи медійності психолога						
1.	Тема 1. Поняття медіа та медіапсихології	1	0,5	0,5		10
2.	Тема 2. Основні аспекти медійності психолога	1	0,5	0,5		10
3.	Тема 3. Поняття іміджу. Значення іміджу психолога для його медійності.	2	1	1		10
4.	Тема 4. Технології просування особистісного іміджу.					10
5.	МКР					
	Разом:	4	2	2		40
Змістовний модуль 2. Практичний аспект медійності психолога						
6.	Тема 5. Самопрезентація як складова медійності психолога	1	0,5	0,5		10
7.	Тема 6. Зміст та роль публічних виступів у медійній діяльності психолога	2	1	1		10
8.	Тема 7. Роль і зміст соціальних мереж в медійній діяльності психолога	2	1	1		10

9.	Тема 8. Медійні тренди та їх вплив на сучасну психологію	1	0,5	0,5		10
10.	МКР					
	Разом :	6	3	3		40
Разом:		10	5	5		80

IV.Змістдисципліни

№ з/п	3.1.Назва модулів, тем та їх зміст	К-сть годин	
		Всього	в т.ч. лекцій
1	Змістовий модуль 1.Теоретичні основи медійності психолога	44	2
1.1	Тема 1. Поняття медіа та медіапсихології Зміст поняття медіа та функції медіа. Розвиток професійної медіапсихологічної спільноти. Концептуальна територія медіапсихології. Проблеми розвитку медіапсихології. <i>Рекомендовані інформаційні джерела</i> • <i>основні:</i> [7,8]; • <i>допоміжні:</i> [1,3];	11	0,5
1.2	Тема 2. Основні аспекти медійності психолога Поняття медійності психолога. Основні аспекти медійності психолога: - медіаграмотність; - етика та конфіденційність; - комунікаційні навички; - викладацькі навички; - дослідницька робота; - технологічна компетентність; - створення інтерактивних засобів <i>Рекомендовані інформаційні джерела</i> • <i>основні:</i> [9,11]; • <i>допоміжні:</i> [2,3];	11	0,5
1.3	Тема 3. Поняття іміджу. Значення іміджу психолога для його медійності. Зміст поняття «імідж». Типи іміджу та етапи його формування. Функції іміджу в професійній діяльності психолога. Значення іміджу в медійній діяльності психолога. Складові іміджу психолога. <i>Рекомендовані інформаційні джерела</i> • <i>основні:</i> [1,2,]; • <i>допоміжні:</i> [1,2,3];	12	1
1.4	Тема 4. Технології просування особистісного іміджу. Формування та просування іміджу. Етапи управління особистим іміджем. Презентація іміджу. <i>Рекомендовані інформаційні джерела</i>	10	

	<i>основні:</i> [1,2,]; <i>допоміжні:</i> [1,2,3];		
2	Змістовний модуль 2.Практичний аспект медійності психолога	46	3
2.1	Тема 5. Самопрезентація як складова медійності психолога Поняття самопрезентації. Стратегії самопрезентації та формування враження. <i>Рекомендовані інформаційні джерела</i> • <i>основні:</i> [4,5,6];	11	0,5
2.2	Тема 6. Зміст та роль публічних виступів у медійній діяльності психолога Ефективні стилі публічного виступу. Етичні та психологічні вимоги до публічних виступів. Страх публічного виступу, його природа та методи опанування ним. <i>Рекомендовані інформаційні джерела</i> <i>основні:</i> [4,5,6]; <i>допоміжні:</i> [1,2,3,6];	12	1
2.3	Тема 7. Роль і зміст соціальних мереж в медійній діяльності психолога Можливості та переваги соціальних мереж. Призначення Стратегії роботи в соціальних мережах. Розроблення Стратегії в соціальних мережах. Планування, створення й керування контентом. Статистика, показники, аналіз. Залучення аудиторії та відповіді на коментарі користувачів. Орієнтація на аудиторію, партнерів та впливових осіб. Кампанії та планування кампаній. Використання соціальних мереж для подолання кризи. <i>Рекомендовані інформаційні джерела</i> • <i>основні:</i> [3,6,7]; • <i>допоміжні:</i> [1,2,3,5];	12	1
2.4	Тема 8. Медійні тренди та їх вплив на сучасну психологію Визначення поняття «медійні тренди». Розуміння медійних трендів для сучасного психолога. Аналіз того, як тренди у медіа впливають на комунікацію та взаємодію між людьми. Можливості медійного середовища для психологічного розвитку та самовдосконалення. Представлення інструментів та ресурсів для психологічного саморозвитку через медіа. <i>Рекомендовані інформаційні джерела</i> • <i>основні:</i> [3,6,7]; • <i>допоміжні:</i> [1,2,3,5];	11	0,5

4.2. Планипрактичних занять

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи медійності психолога

Практичне заняття 1. *Поняття медіа та медіапсихології*

1. Поняття "медіа" та її функції.
2. Зміст медіапсихології.
3. Розвиток професійної медіапсихологічної спільноти.
4. Концептуальна територія медіапсихології.
5. Проблеми розвитку медіапсихології.
6. Повідомлення: "Значення медійності в моєму професійному становленні".

Практичне заняття 2. *Основні аспекти медійності психолога*

1. Поняття медійності психолога.
2. Основні аспекти медійності психолога:
 - медіаграмотність;
 - етика та конфіденційність;
 - комунікаційні навички;
 - викладацькі навички;
 - дослідницька робота;
 - технологічна компетентність;
 - створення інтерактивних засобів
3. Представлення презентацій студентів: перелік медійних психологів України (4-6 осіб) з короткою характеристикою (фото, автобіографічні дані освіта, психологічний напрям роботи), через які ЗМІ, соціальні мережі заявляє про себе.

Практичне заняття 3. *Поняття іміджу. Значення іміджу психолога для його медійності. Технології просування особистісного іміджу.*

1. Зміст поняття «імідж».
2. Типи іміджу та етапи його формування.
3. Функції іміджу в професійній діяльності психолога.
4. Значення іміджу в медійній діяльності психолога.
5. Складові іміджу психолога.
6. Представлення порівняльних таблиць студентів щодо: Порівняння понять «імідж», «думка», «репутація», «авторитет».
7. Підбірки осіб/персонажей до ролей, які використовуються в іміджеології. (роль Покровителя, Кумира, Господаря, Авторитета, Віртуоза, Удава, Диявола).
8. Доповіді студентів на тему: ідеальний/майбутній імідж психолога

відповідно до його складових (зовнішній вигляд та одяг, комунікативні навички, професійна компетентність, етика та внутрішня культура).

Змістовний модуль 2. Практичний аспект медійності психолога

Практичне заняття 4. Самопрезентація як складова медійності психолога.

1. Поняття самопрезентації.
2. Стратегії самопрезентації та формування враження.
3. Представлення підбірки відеоматеріалів вдалих і невдалих самопрезентацій (по 2 шт)
4. Виступи із самопрезентаціями.

Практичне заняття 5. Зміст та роль публічних виступів у медійній діяльності психолога.

1. Ефективні стилі публічного виступу.
2. Етичні та психологічні вимоги до публічних виступів.
3. Страх публічного виступу, його природа та методи опанування ним.
4. Представлення публічних виступів на психологічну тему.

Практичне заняття 6, 7. Роль і зміст соціальних мереж в медійній діяльності психолога.

1. Розроблення Стратегії в соціальних мережах.
2. Планування, створення й керування контентом.
3. Визначення статистика, показників, аналізу власних соціальних мереж.
4. Кампанії та планування кампаній.
5. Представлення порівняльних таблиць «стратегія і кампанія».
6. Представлення дописів/постів для однієї із соціальних мереж.

Практичне заняття 8. Медійні тренди та їх вплив на сучасну психологію

1. Аналіз того, як тренди у медіа впливають на комунікацію та взаємодію між людьми.
2. Представлення інструментів та ресурсів для психологічного саморозвитку через медіа.
3. Доповіді студентів щодо обраного актуального медійного тренду (наприклад, використання віртуальної реальності, вплив соціальних мереж на психічне здоров'я тощо) та його аналіз з психологічного погляду.
4. Обговорення в групі щодо впливу медійних трендів на психічне здоров'я, взаємодію в суспільстві та можливості психологічного розвитку.

4.3. Організація самостійної роботи студентів

№ з/п	Зміст завдання	Форма звітності
1.	Переваги і недоліки медійності.	Доповідь на ПР-1
2.	Медійні психологи України.	Презентація на ПР-2
3.	Ідеальний/майбутній імідж психолога відповідно до його складових (зовнішній вигляд та одяг, комунікативні навички, професійна компетентність, етика та внутрішня культура).	Доповідь на ПР-3
4	Порівняння понять «імідж», «думка», «репутація», «авторитет». (У форматі таблиці).	Доповідь на ПР-3
5	Підбірка відеоматеріалів вдалих і невдалих самопрезентацій (по 2 шт)	Презентація на ПР-4
4.	Підготувати публічний виступ на психологічну тему.	Виступ на ПР-5
5.	Написати допис/пост для однієї із соціальних мереж на психологічну тему	Презентація на ПР-6
6.	Опис актуального медійного тренду (наприклад, використання віртуальної реальності, вплив соціальних мереж на психічне здоров'я тощо) та його аналіз з психологічного погляду.	Доповідь на ПР-8
7.	Розробити власну стратегію просування як психолога в одній із соціальних мереж (розкривши ключові аспекти, які розглядалися на лекційному занятті) Розробити одну кампанію на психологічну тему (кампанія – це короткотривала, впливова комунікація з аудиторією. Наприклад, в суспільстві активізувалась тема домашнього насилля, в своєму блозі ви піднімаєте цю тему в своєму блозі, розповідаєте, що є така проблема, розкриваєте причини, і як це можна попередити).	ІНДЗ

V. Контроль якості знань студентів

5.1. Форми і методи поточного контролю

Доповіді, презентації студентів на практичних заняттях, виконання ІНДЗ, двох МКР.

Використання методів самостійної роботи студентів по осмисленню та засвоєнню матеріалу – самостійний пошук інформації, підготовка та оформлення презентацій, написання рефератів.

Завдання до контрольної роботи (тестові завдання).

Модульна контрольна робота № 1 (прикладні завдання)

1. Медіа – це...
 - а) термін, який використовується виключно для опису каналів масової реклами та рекламних агентств.
 - б) засоби та інструменти зберігання і передачі інформації та даних для індивідуальної чи/та масової аудиторії.

в) загальна назва для засобів масової інформації, таких як газети, журнали, телебачення, радіо, Інтернет та інші засоби.

2. Знайдіть відповідність функції медіа та її опис

інформує через медіа масову аудиторію й соц. інститути, й уможливорює ведення діалогу з журналістом (особливо широко реалізується у соц. мережах та соц. медіа.)	Рекламно-довідкова функція
полягає у здатності доносити державотворчі ідеї, формувати цілісність нації, систему цінностей у масовій аудиторії та в окремого споживача інформ. продукту тощо	Ідеологічна функція
вплив, який масові комунікаційні засоби (газети, телебачення, радіо, Інтернет та інші) мають на формування, збереження та розвиток культури суспільства. Ця функція включає в себе ряд аспектів, які сприяють культурному збагаченню та формуванню суспільних цінностей.	Комунікаційна функція
передбачає задоволення запитів аудиторії щодо поширення рекламної інформації та різноманітних довідкових відомостей.	Рекреативна функція
покликана допомогти аудиторії відпочити, розважитися.	Культурна функція

3. В якому рядку перелічено правильно усі складові медійності психолога

А) Медіа-грамотність, етика та конфіденційність, комунікаційні навички, викладацькі навички, дослідницька робота, технологічна компетентність, створення інтерактивних засобів.

Б) Медіа-грамотність, етика та конфіденційність, дослідницька робота, технологічна компетентність, створення інтерактивних засобів.

В) Медіа-грамотність, етика та конфіденційність, комунікаційні навички, викладацькі навички, дослідницька робота, технологічна компетентність, медійна продукція, планування дослідження.

4. До якої складової медійності психолога відноситься "Вміння планувати дослідження":

А) комунікаційні навички

Б) викладацькі навички

- В)дослідницька робота
5. Розкрийте значення іміджу в професійній діяльності психолога...

Модульна контрольна робота №2

1. Публічний виступ - це...
2. Перерахуйте з яких етапів складається публічний виступ:
3. Встановіть відповідність між типами публічного мовлення та їхньою характеристикою.

- проповідь, звернення до пастви	<i>суспільно-політичне</i>
- політична доповідь, політичний огляд, соціально-ділова доповідь, промова	<i>академічне</i>
- наукова доповідь, лекція, виступ у науковій дискусії, наукове повідомлення	<i>судове</i>
- ювілейна, вітальна промова, виступ на прийомі	<i>урочисте</i>
- звинувачувальна промова, захисна промова	<u><i>церковно богословське</i></u>
4. Який стиль публічного виступу описано:
Вступ: привернути увагу слухачів, викликати доброзичливе ставлення;
Виклад: максимально переконливий, аргументований;
відкидання доказів опонентів з використанням власної аргументації;
заклучна частина: підсумок сказаного
 - а) лекція
 - б) промова
 - в) проповідь
5. Перерахуйте та охарактеризуйте основні компоненти посту...
6. Охарактеризуйте особистісний допис...
7. Охарактеризуйте рекламний пост...

5.2 Форма підсумкового контролю успішності навчання: *залік*

Питання до заліку

1. Зміст поняття «медіа».
2. Зміст комунікаційної функції медіа.
3. Зміст пропагандистської функції медіа.
4. Зміст культурної функції медіа.
5. Зміст рекламно-довідкової функції медіа.
6. Зміст рекреативної функції медіа.
7. Зміст функції медіа.
8. Концептуальна теорія медіапсихології.
9. Роль медіапсихолога.
10. Проблеми розвитку медіапсихології.
11. Поняття медійності психолога.

12. Перелік аспектів медійності психолога.
13. Характеристика медіаграмотності, як аспекту медійності психолога.
14. Етика та конфіденційність як аспект медійності психолога.
15. Характеристика комунікаційних навичок, як аспекту медійності психолога.
16. Зміст викладацьких навичок, як аспекту медійності психолога.
17. Характеристика дослідницької роботи як аспекту медійності психолога.
18. Зміст технологічної компетентності
19. Характеристика створення інтерактивних засобів як одного з аспектів медійності психолога.
20. Зміст поняття «імідж».
21. Типи іміджу.
22. Етапи формування іміджу.
23. Функції іміджу в професійній діяльності психолога.
24. Значення іміджу в медійній діяльності психолога.
25. Складові іміджу психолога.
26. Формування та просування іміджу.
27. Етапи управління особистим іміджем.
28. Презентація іміджу.
29. Поняття самопрезентації.
30. Стратегії самопрезентації та формування враження.
31. Ефективні стилі публічного виступу.
32. Етичні та психологічні вимоги до публічних виступів.
33. Страх публічного виступу, його природа та методи опанування ним.
34. Можливості та переваги соціальних мереж.
35. Призначення Стратегії роботи в соціальних мережах.
36. Планування, створення й керування контентом.
37. Статистика, показники, аналіз.
38. Поняття кампанії та планування кампаній.
39. Використання соціальних мереж для подолання кризи.
40. Поняття «медійні тренди».
41. Зміст медійних трендів для сучасного психолога.
42. Ресурси для психологічного саморозвитку через медіа.

5.2. Критерії оцінювання знань студентів

Вимоги до знань та умінь студентів	Максимальна кількість балів, оцінка за шкалою ECTS
Повно й ґрунтовно володіє знаннями, фактичною інформацією та поняттям певним апаратом, в логічній послідовності передає знання першого та другого модуля з відповідним аналізом й узагальненням вивченого. Простежував зв'язок теоретичного матеріалу з практикою.	A: 90–100б.
Свідомо володіє знаннями, фактичною інформацією та поняттям певним апаратом, в логічній послідовності передає знання першого та другого модуля з відповідним аналізом й узагальненням вивченого.	B: 80–89б.
Свідомо володіє знаннями, фактичною інформацією та поняттям певним апаратом. Проте відсутня логічна послідовність у викладі матеріалу, відсутні певні висновки щодо викладеної інформації.	C: 70–79б.
Знання модуля передаються за зубреними підручниками (з конспекту) фразами. Відсутня логічна послідовність у викладі навчального матеріалу, відсутні певні висновки щодо викладеної інформації.	D: 65–69б.
Знання модуля передаються тільки за допомогою певних питань з боку викладача.	E: 60–64б.

Розрахунок максимальної кількості балів, що присвоюються студентам

Вид діяльності	Максимальна кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи медійності психолога			
Робота на семінарському (практичному) занятті (в тому числі доповідь, виступ, повідомлення, участь у дискусії)	10	2	20
Модульна контрольна робота	10	1	10
Змістовний модуль 2. Практичний аспект медійності психолога			
Робота на семінарському (практичному) занятті (в тому числі доповідь, виступ, повідомлення, участь у дискусії)	10	4	40
Модульна контрольна робота	10	1	10
ІНДЗ (Творче завдання)	20	1	20
Залік	Максимальна кількість балів 100		

VI. Навчально-методична карта дисципліни

Навчально-методична карта дисципліни «Основи медійності психолога» Разом: 90 год., із них 5 год. –

лекції, 5 год. – практичні, 80 год. – самостійна робота.

Модулі	I модуль								II модуль													
	2	2	2	2					2	2	4	2										
Лекції																						
Дати																						
Теоретичні розділи	Теоретичні основи медійності психолога								Практичний аспект медійності психолога													
Теми лекцій	Поняття медіа та медіапсихології Основні аспекти медійності психолога Поняття іміджу. Значення іміджу психолога для його медійності. Технології просування особистісного іміджу.								Самопрезентація як складова медійності психолога Зміст та роль публічних виступів у медійній діяльності психолога Роль і зміст соціальних мереж в медійній діяльності психолога Медійні тренди та їх вплив на сучасну психологію													

Модулі	Імодуль								ІІмодуль															
Практичні заняття				2	2	1	1		2	2	4	2												
Дати																								
Теми				Поняття медіа та медіапсихології	Основні аспекти медійності психолога	Поняття іміджу. Значення іміджу психолога для його медійності.	Технології просування особистісного іміджу.		Самопрезентація як складова медійності психолога	Зміст та роль публічних виступів у медійній діяльності психолога	Роль і зміст соціальних мереж в медійній діяльності психолога	Медійні тренди та їх вплив на сучасну психологію												
Модулі	Імодуль								ІІмодуль															
Самостійна робота									ІІІДЗ															
Поточний контроль	МКР№1								МКР№2															
Підсумковий контроль	залік																							

VII. Основній допоміжній інформаційній джереладля вивчення курсу

Базові:

1. Барна Н. В. Іміджмейкерство як різновид митецької діяльності в аспекті масової культури. К.: Міленіум, 2006. № 10. – 210 с.
2. Палеха Ю. І. Іміджологія: Навч. посіб. / За заг. ред. З. І. Тимошенко. К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2005. – 324 с.
3. Королько В. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю. К., 2003. 216 с.
4. Ден Ромен. Говори та показуй. К. : Vivat, 2017. 224 с.
5. Патрик Кінг. Стратегії і тактики спілкування. К. : Книголав, 2017. 128 с.
6. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. К. : Book Chef. 2022. 432.
7. Giles, D. (2003). Media Psychology.
8. Berger, A. A. (2017). Media and Society: A Critical Perspective.
9. Ferguson, C. J. (2013). Media Psychology 101.
10. Bryant, J., & Vorderer, P. (2006). Psychology of Entertainment.
11. Reeves, B., & Nass, C. (1996). The Media Equation: How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places.

Допоміжні:

1. Вплив медіа на розвиток особистості / Л. А. Найдьонова // Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упоряд. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук.ред. В. В. Різуна. – К. : Центр вільної преси, 2012. – С. 237-282.
2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О.В.Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012. –352 с.
3. Найдьонова Л.А. Медіапсихологія. Основи рефлексивного підходу :підручник / Л.А. Найдьонов, Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2015. – С.13.
4. Potter, W. J. (2018). Media Literacy: A Developmental Guide.
5. Keller, E., & Berry, J. L. (2003). The Influentials: One American in Ten Tells the Other Nine How to Vote, Where to Eat, and What to Buy.
6. Jordan, A. B. (2010). Media and the Well-being of Children and Adolescents.

