

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Факультет журналістики  
Кафедра журналістики та нових медіа



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

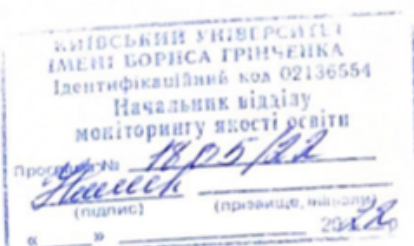
Проректор з науково-методичної та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ

2022 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**СОЦІОЛОГІЯ ТА ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ МЕДІА:**  
**СОЦІОЛОГІЯ МЕДІА**

Спеціальності                    061 Журналістика  
Освітнього рівня:                перший (бакалаврський).  
Освітньої програми:            061.00.01 Журналістика  
   061.00.05 Міжнародна журналістика



2022 рік

**Розробники:** Ольга Хамедова, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа.

**Викладачі:** Яна ФРУКТОВА, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа


Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа

Протокол від 2 вересня 2022 р. № 2

Завідувач кафедри  Інга ПОГРЕБНЯК

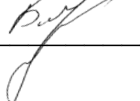
Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Журналістика»

1 вересня 2022 р.

Гарант освітньої-професійної програми  Інга ПОГРЕБНЯК

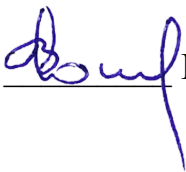
Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Міжнародна журналістика»

1 вересня 2022 р.

Гарант освітньої-професійної програми  Ольга БИКОВА

Робочу програму перевірено

2 вересня 2022 року

Заступник декана Факультету журналістики  Вікторія СОШИНСЬКА

Пролонговано:

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
вид дисципліни	<b>нормативна</b>	<b>нормативна</b>
Мова викладання, навчання та оцінювання	<b>українська</b>	<b>українська</b>
Курс	<b>2</b>	<b>2</b>
Семестр	<b>4</b>	<b>4</b>
Кількість змістових модулів з розподілом:	<b>2</b>	<b>2</b>
Обсяг кредитів	<b>2</b>	<b>2</b>
Обсяг годин, в тому числі	<b>60</b>	<b>60</b>
аудиторні	<b>28</b>	<b>8</b>
модульний контроль	<b>4</b>	-
семестровий контроль	-	-
самостійна робота	<b>28</b>	<b>52</b>
форма семестрового контролю	<b>залік</b>	<b>залік</b>

## **2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Навчальний модуль “Соціологія медіа” у межах програми курсу “Соціологія та психологія управління медіа” покликаний формувати теоретичну базу журналіста, тому метою його вивчення є оволодіння студентами головним термінологічним апаратом, формування уявлень про фундаментальні положення соціології масової комунікації як специфічної форми діяльності.

Головне завдання курсу полягає в тому, щоб дати уявлення про специфіку роботи соціології масової комунікації як науки, ознайомити з соціологічними методами дослідження ЗМК.

**Завданнями курсу є :**

- формування знань про сучасні тенденції розвитку медіасоціології;
- характеристика масової комунікації як соціального інституту, який формує культурні-ціннісні установки суспільства, його світогляд та громадянську міфологію;
- оволодіння основами соціологічної методології для дослідження учасників комунікативного процесу, а також медіатекстів.

## **3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ**

У результаті вивчення курсу “Соціологія та психологія управління медіа: соціологія медіа” студент знатиме:

- провідні соціологічні теорії, які стосуються засобів масової комунікації;
- основні технології впливу медіа на суспільство;
- особливості масової комунікації в пострадянському, європейському та загальносвітовому просторі як соціального інституту
- специфіку політичної комунікації;
- соціологічні методи дослідження ЗМК.

### **Студент вмітиме:**

- характеризувати засоби масової комунікації як соціальну підсистему;
- проводити моніторинг медіа щодо поширення ними певної ідеології, культурно-ціннісних установок, встановлення влади певних соціальних інститутів тощо;
- розпізнавати і моделювати архетипні образи у медіатексті;
- використовувати свої знання у сфері політичної комунікації;
- проводити соціологічні дослідження засобів масової комунікації;
- досконало проводити дослідження за допомогою методів анкетування, опитування, контент-аналізу.

Вивчення курсу формує у студентів освітньої програми 061.00.01.

### **Журналістика такі загальні компетентності:**

ЗК-01 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, виявляти, ставити та вирішувати проблеми;

ЗК-03 Здатність бути критичним та самокритичним

ЗК-04 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

ЗК-05 Здатність до використання інформаційних та комунікативних технологій

ЗК-06 Здатність породжувати нові ідеї, до адаптації та дій у новій ситуації

ЗК-07 Здатність працювати в команді та автономно

ЗК-08 Здатність навчатися та оволодівати сучасними знаннями

### **Фахові**

ФК-1 Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності

ФК-2 Здатність формувати інформаційний контент

ФК -3 Здатність створювати медіапродукт

ФК-5 Здатність ефективно просувати створений медіа продукт.

ФК – 8 Здатність до прогнозування інформаційних потреб медіаринку

ФК-14 Здатність до провадження професійної діяльності відповідно до норм психологічної та цифрової безпеки, до норм взаємодії в екстремальних умовах, уміння застосовувати критичне мислення і технології медіа-аналізу в умовах інформаційних війн.

### **Програмні результати навчання**

ПРН 3 Оцінювати свій та чужий інформаційний продукт, акцію, що організована та проведена самостійно чи разом з колегами

ПРН 6 Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків

ПРН 8 Виокремлювати у діяльності факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, розкривати способи та джерела здобування цих знань

ПРН 9 Оцінювати діяльність колег як носіїв прав та обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства

ПРН 13 Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікативних наук

ПРН 16 Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного продукту так і створення медіапродукту та його промоцію;

ПРН 18 Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва

Вивчення курсу формує у студентів освітньої програми 061.00.05.

Міжнародна журналістика такі **загальні компетентності**:

ЗК-01 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК-03 Здатність бути критичним та самокритичним

ЗК-04 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

ЗК-05 Здатність до використання інформаційних та комунікативних

технологій

ЗК-06 Здатність до адаптації та дій у новій ситуації

ЗК-07 Здатність працювати в команді

ЗК-08 Здатність навчатися та оволодівати сучасними знаннями

ЗК-10 Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки та технологій, використовувати різні форми рухової активності для активного відпочинку та здорового способу життя

#### **Фахові:**

ФК-1 Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;

ФК-5 Здатність ефективно просувати створений медіапродукт;

ФК-9 Здатність оперативно збирати інформацію, дотримуватися балансу думок, працювати з джерелами, взаємодіяти з аудиторією;

ФК-14 Здатність до провадження професійної діяльності відповідно до норм психологічної та цифрової безпеки, до норм взаємодії в екстремальних умовах,

ФК-15 Здатність до ґрунтового медіа-аналізу та продукування контенту в умовах інформаційної війни

#### **Програмні результати навчання**

ПРН 13 Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікативних наук

ПРН 18 Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

## **4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

#### 4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт			
	усього	аудиторні		самостійна
		лекції	семінари	
<b>Змістовий модуль I. Масова комунікація і суспільство</b>				
Тема 1. Соціологія і журналістика.	4	2	2	
Тема 2. Вплив ЗМК на суспільство	16	4	4	8
Тема 3. Масова культура, ідеологія споживання і медіа.	12	4	2	6
<b>Модульний контроль</b>	2			2
<b>Разом</b>	<b>34</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>14 / 2</b>
<b>Змістовий модуль II. Соціологічні дослідження роботи мас-медіа</b>				
Тема 4. Соціологічні дослідження Комунікатора.	6		2	4
Тема 5. Якісні і кількісні (формалізовані) методи дослідження аудиторії мас-медіа.	8	2	2	4
Тема 6. Дослідження змісту повідомлення. Канали комунікації.	10	2	2	6
<b>Модульний контроль</b>	2			2
<b>Разом</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>14 / 2</b>
Підготовка та проходження контрольних заходів (залік)				
<b>Усього</b>	<b>60</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>28 / 4</b>

#### 4.2. Тематичний план для заочної форми навчання



Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт			
	усього	аудиторні		самостійна
		лекції	семінари	
<b>Змістовий модуль I. Масова комунікація і суспільство</b>				
Тема 1. Соціологія і журналістика.	<b>5</b>			<b>5</b>
Тема 2. Вплив ЗМК на суспільство	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>10</b>
Тема 3. Масова культура, ідеологія споживання і медіа.	<b>10</b>			<b>10</b>
<b>Модульний контроль</b>				
<b>Разом</b>	<b>29</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>25</b>
<b>Змістовий модуль II. Соціологічні дослідження роботи мас-медіа</b>				
Тема 4. Соціологічні дослідження Комунікатора.	<b>10</b>			<b>10</b>
Тема 5. Якісні і кількісні (формалізовані) методи дослідження аудиторії мас-медіа.	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>10</b>
Тема 6. Дослідження змісту повідомлення. Канали комунікації.	<b>7</b>			<b>7</b>
<b>Модульний контроль</b>				
<b>Разом</b>	<b>31</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>27</b>
Підготовка та проходження контрольних заходів (залік)				
<b>Усього</b>	<b>60</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>52</b>

# ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

## Масова комунікація і суспільство

### **Лекція I. Соціологія і журналістика: моделі взаємодії – 2 год.**

Медіасоціологія як наука: визначення, об'єкт, предмет, завдання. Зарубіжна соціологія: основні етапи вивчення ЗМК. Історія вітчизняної соціології МК: радянський період. Дослідження українських соціологів. Стадії розвитку суспільства за О.Тоффлером. Інформаційне суспільство. “Медіалізація” суспільства (Д.Матісон).

Література основна 1,2,3,4,5

### **Лекція II. Вплив мас-медіа на суспільство: міфи і реальність – 2 год.**

ЗМІ і «суспільство переживань». Вплив телепередач на активацію людини. Медіанасильство. Аналіз демонстрації насильства на телебаченні Джорджа Гербнера. Дослідження рівня медіанасильства у різних країнах. Гіпотези соціологів щодо впливу телебачення на агресивну поведінку людини. Страх і мас-медіа. Сексуалізація медіа. Просоціальний вплив медіа: дослідження соціологів. – 2 год.

Література основна 1,2,3,4,5

додаткова 7, 15, 16.

### ***Семінар 1. Медіанасильство. Маніпуляція страхом. – 2 год.***

Література основна 1,2,3,4,5

Додаткова 7

### **Лекція III. Масова культура, суспільство споживачів і медіа. – 2 год.**

Поняття «масова культура». Дослідники про масову культуру та суспільство споживання (Х.Ортега-і-Гассет, Ж.Бодрійяр). Домінанти масової культури. ЗМК як виробник і продукт масової культури. Шляхи поширення ідеології споживання через мас-медійні канали, вплив на масову аудиторію. «Глянцеві» журнали як продукти масової культури. Реклама як фактор формування суспільства споживачів. Моделювання соціальної реальності за допомогою ЗМК і теорія К.Г.Юнга. Архетипні образи у медіатексті. Архетипні патерни політичної риторики у мас-медіа. Стереотипи у ЗМК, їхня класифікація

Література 1,2,3,4,5

### ***Семінар 2. Сексуалізація медіа. – 2 год.***

Література 1,2,3,4,5

Додаткова 9, 10,16

### ***Семінар 3. ЗМІ і просоціальна поведінка: аналіз телепродукції. – 2 год.***

Література основна 1,2,3,4,5

Додаткова 7, 16

**Лекція IV. Гендер і ЗМК. – 2 год.** Сучасні гендерні медіадослідження. Гендерна поляризація у ЗМІ як тенденція. Гендерована біологія і мас-медіа. Гендерована освіта. Гендерований спорт у ЗМК. Гендерована мова ЗМК (мовний андроцентризм, сексистські матеріали, гендерна метафора). Гендерні стереотипи у ЗМІ та матеріали, які їх спростовують. Технології побудови гендерно чутливого журналістського тексту.

Література 1,2,3,4, 5

Додаткова 8, 9, 10

**Семінар 4. Медіа як канал поширення ідеології споживання. – 2 год.**

Література 1,2,3,4,5

Додаткова 3,4,5, 15, 16

**Семінар 5. Гендер і мас-медіа. – 2 год.**

Література Основна 5

Додаткова 8,9, 10

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III**

#### **Соціологічні дослідження роботи мас-медіа**

**Лекція V. Соціологічні дослідження комунікатора – 2 год.**

Поняття «Комунікатор». Типологія ЗМІ. Основні напрями вивчення комунікатора. Ефективність журналістики як предмет соціологічного дослідження. Характеристики комунікатора як фактор успішного контакту з інформацією. Шарлотський проект: позитивний приклад роботи редакції з аудиторією. Висновки Шарлотського проекту для «публічної журналістики».

Література Основна 1,2,3,4,5

Додаткова 13,14

**Лекція VI. Соціологічні дослідження аудиторії ЗМК – 2 год.**

Аудиторія: об'єкт чи суб'єкт комунікації?

Кількісні методи. Методики, які вивчають стосунки Аудиторії з текстами ЗМК «post factum». Анкетування. Соціологічне інтерв'ю. Спостереження. Експеримент на перетині соціології та журналістики. Методика вивчення теле-та радіоповедінки. Якісні соціологічні методи. Метод фокус-груп. Психосоціологічні методи дослідження

Література Основна 1,2,3,4,5

Додаткова 13,14

***Семінари 6. Соціологічна анкета. – 2 год.***

Література Основна 1,2,3,4,5,

Додаткова 13,14

***Лекція VII. Соціологічний аналіз змісту повідомлень. – 2 год.***

Контент-аналіз у соціології. Цілі, визначальні характеристики.

Наукова процедура контент-аналізу. Школа контент-аналізу Г.Лассвела.

Контент-аналіз преси, телебачення, реклами: приклади.

Література Основна 1,2,3,4,5

Додаткова 13,14

***Семінар 7. Контент-аналіз ЗМК. – 2 год.***

Література Основна 1,2,3,4,5

Додаткова 13, 14, 22

## 6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	макс.кільк. балів за од.	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	макс.кільк. балів	кількість одиниць	макс.кільк. балів
Відвідування лекцій	1	4	4	3	3
Відвідування семінарських занять	1	5	5	2	2
Робота на семінарському занятті	10	5	50	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			99		65
Максимальна кількість балів	164				
Розрахунок коефіцієнта	$164:100=1,64$				

## **6.2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ**

### **Змістовий модуль I**

#### **Масова комунікація і суспільство**

**Тема 1.** Прочитати працю З. Баумана «Індивідуалізоване суспільство» (М., 2005). (Розділ I. Як ми живемо? – С. 21-121) - 5 б.

**Тема 2.** Прочитати працю Х.Ортеги-і-Гассета «Бунт мас». (Розділ I. Навала мас. Розділ VII. Шляхетне життя і просте життя, або Зусилля і безвладність) - 5 б.

**Тема 3.** Прочитати працю Дебри Л. Мерскін “Сексуалізація медіа. Як і чому ми це робимо” (Розділ 3. Сексуалізація мас-медіа. Як діти використовують мас-медіа. С. 122-150) 5 б.

### **Змістовий модуль 2**

#### **Соціологічні дослідження мас-медіа**

**Тема 4.** Прочитати працю Д.Матісона "Медіа-дискурс. Аналіз медіа-текстів. Дослідження медіа і культури" (Розділ 3. Функціонування ідентичності у споживацьких журналах. - С.90-123. Розділ 6. Влада розмови: конверсаційний аналіз радіо-і телевізійних інтерв'ю. - С.176-202).

**Тема 5.** Прочитати «Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей / За ред. М.Маєрчик, О.Плахотнік, Г.Ярманової. – К., Критика, 2014. (Розділ 5. Гендерована робота. – С.77-97; Розділ 8. Гендерована освіта: як навчальні заклади перетворюють дітей у дівчат і хлопців. – С. 135-151).

**Тема 6.** Прочитати працю Зігмунта Баумана. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства. – М., 2004. (Розділ 4. Туристи і бродяги. – С. 44 -56).

## **Критерії оцінювання самостійної роботи**

Перевірка самостійно виконаних завдань здійснюється на контрольній модульній роботі.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

### **6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання.**

Контрольна модульна робота проводиться у формі тестування на платформі електронного курсу <http://elearning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=17057>.

Контрольні тести містять двадцять п'ять тестових завдань різних за формою і типом складності;

Критерії оцінювання:

За кожен правильну відповідь - 1 б: знання теоретичного матеріалу; ґрунтовна обізнаність із працями соціологів та медіасоціологів, наявних у списку для самостійної роботи; термінологічна коректність; здатність до обґрунтування висновків; володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

### **6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Підсумкове оцінювання знань студентів з модуля «Соціологія медіа» відбувається під час заліку.

#### **Критерії оцінювання студентів на заліку**

До заліку студенти мають виконати необхідні форми роботи, які включають відвідування лекцій і семінарів, участь у семінарах, виконання самостійних завдань, успішне складання двох контрольних модульних тестів в електронному курсі.

## 6.6. Шкала відповідності оцінок

<b>Оцінка</b>	<b>Кількість балів</b>
відмінно	100-90
дуже добре	82-89
добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59



## 7. Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 60 год., з них лекційних – 14 год., семінарські заняття – 14 год.,  
модульний контроль – 4 год.,  
самостійна робота – 28 год.

Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II		
Назва модуля	Масова комунікація і суспільство				Соціологічні дослідження мас-медіа		
Лекції	1		2		3		
Дати							
	Соціологія і журналістика: моделі взаємодії 1 б	Вплив мас-медіа на суспільство: міфи та реальність 1б.	Масова культура, суспільство споживання і медіа 1 б	Гендер і ЗМК 1 б.	Соціологічні дослідження Комунікатора 1 б.	Соціологічні дослідження аудиторії ЗМК 1 б.	Соціологічний аналіз змісту повідомлень 1 б.
Теми семінарських занять	Медіанасильство 11 б.	Сексуалізація медіа. – 11 б.	ЗМК і просоціальна поведінка 11 б.	Медіа як - канал поширення ідеології споживання 11 б.	Гендер і ЗМК– 11 б.	Соціологічна анкета - 11 б.	Контент - аналіз ЗМК 11 б.
Самостійна робота	З.Бауман “Індивідуалізоване суспільство” 5 б.	Х.Ортега-і-Гассет “Бунт мас” 5 б.	Дебра Л.Мерскін “Сексуалізація медіа. Як і чому ми це робимо?” 5 б.		З. Бауман “Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства” 5 б.		Д. Матісон “Медіа-дискурс. Аналіз медіа-текстів” - 5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			Модульна контрольна робота 2 (25 балів)			
Підсумковий контроль	залік						

## 8. Рекомендовані джерела

### Основна

1. Єнін М.Н. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. за спец. «Соціологія», «Реклама та зв'язки з громадськістю». / М.Н. Єнін; держ. закл. «Луган. нац ун-т ім. Тараса Шевченка». – Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. – 167 с.
2. Іванов В.Ф. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. / В.Ф. Іванов: Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Центр вільної преси. – К.: Центр вільної преси, 1999. – 210 с.
3. Лубкович І.М. Соціологія і журналістика. Підручник. - Львів: ПАІС, 2013. - 232 с.
4. Лукашевич М., Шандор Ф. Соціологія масової комунікації / Лукашевич М., Шандор Ф. - К.: Знання. - 2015. - 367 с.
5. Історія соціологічної думки: навчальний енциклопедичний словник-довідник. Наук.ред., передмова В. Піча – Львів : Новий Світ - 2000, 2016.

### Додаткова

1. Вебер Макс. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер.- К.: Основи, 1998. – 534 с.
2. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей \За ред. М.Маєрчик. – К.: Критика, 2014. – 217 с.
3. Гендер і сексуальність: хрестоматія / за ред. Вікторіх Гайденко. – Суми: Унів.кн., 2009. – 139 с.
4. Говорун Т.В. Сексуальність та статеве поведінка в Україні (Проблеми сьогодення та перспективи) / Т.В. Говорун, Б.М. Ворник. – К., 1995. – 51 с.
5. Іванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. — К.: Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.
6. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. — К: ВПЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.
7. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Маєєва. — 3-тє вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — 455 с.
8. Фуко Мішель. Історія сексуальності / Фуко Мішель. – Харків: Око. – Т 3: Плекання себе. – 2000. – 264 с.
9. Шульц В. Процес комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 619-646.

10. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань // Контекст. № 12. — С. 17-23.