

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут філології  
Кафедра української літератури і компаративістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

  
О. Б. Жильцов  
« 30 » 01 20 20 року



## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### «СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»

для студентів

спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа  
спеціалізації: архівознавство, документознавство  
освітня програма 029.00.02 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа  
освітнього рівня першого (бакалаврського)

Київ – 2020

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02136554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти  
Програма № 2637/20  
  
(підпис) \_\_\_\_\_ (прізвище, ініціал)  
«    » 20 20 р.



## 1. Опис навчальної дисципліни

### Соціальні комунікації

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	
Курс	1	
Семестр	2	
Кількість змістових модулів з розподілом	4	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, зокрема:	120	
Аудиторні	56	
Модульний контроль	8	
Семестровий контроль	-	
Самостійна робота	56	
Форма семестрового контролю	Залік	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

*Мета* – оволодіння теоретичними аспектами соціальних комунікацій, освоєння роботи медій, навичками аналізу інформації з обов'язковим опрацюванням їх на практиці.

*Завданнями курсу є:*

- здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації;

- здатність проектувати та створювати інформаційні ресурси, продукти системи та послуги;

- уміння користуватись регламентованими джерелами інформації, методами, засобами та способами її обробки та зберігання.

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК-1	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
	ЗК-2	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
	ЗК-3	Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності.
	ЗК-4	Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
	ЗК-6	Навички використання інформаційних і комунікативних технологій.

	ЗК-9	Здатність працювати в команді.
	ЗК-10	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК-3	Здатність використовувати сучасні прикладні комп'ютерні технології, програмне забезпечення, мережеві та мобільні технології для вирішення професійних завдань.
	ФК-4	Здатність аналізувати закономірності розвитку, документно-інформаційних потоків та масивів, як штучно створеної підсистеми соціальних комунікацій.
	ФК-5	Здатність створювати чітку, стислу та точну управлінську документацію відповідно до чинних стандартів.
	ФК-6	Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації.
	ФК-9	Здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури.
	ФК-10	Здатність адмініструвати соціальні мережі, електронні бібліотеки та архіви.
	ФК-14	Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, постійного підвищення рівня інформаційної культури.

### 3. Результати навчання за дисципліною

Результати навчання	РН2	Впроваджувати та використовувати комунікаційні технології у соціальних системах, мультимедійне забезпечення інформаційної діяльності, технології веб-дизайну та веб-маркетингу.
	РН13	Оцінювати результати діяльності та відстоювати прийняті рішення.
	РН14	Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію українською мовою та однією з іноземних мов.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

##### Тематичний план для денної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Кількість годин між видами робіт			
		Аудиторні			Самостійна робота
		Лекції	Практичні	Модульні	
<b>Змістовий модуль 1.</b>					
<b>Теоретичні засади масової комунікації та інформації</b>					
<i>Вступ. Соціальні комунікації та інформація в структурі людської цивілізації</i>	12	4	4		4
<i>Історія науки про соціальні комунікації. Природа соціальної комунікації</i>	12	4	4		4
<i>Модульний контроль I</i>	2			2	
<b>Разом годин</b>	26	8	8	2	8
<b>Змістовий модуль 2. Концепції масової комунікації</b>					
<i>Концепції. Види комунікації</i>	12	4	4		4
<i>Масова комунікація та культура.</i>	12	4	4		4
<i>Структура та діяльність медій. Принципи та відповідальність</i>	10	2	2		6
<i>Модульний контроль II</i>	2			2	
<b>Разом годин</b>	36	10	10	2	14
<b>Змістовий модуль 3. Медійна культура</b>					
<i>Поняття про масовокомунікаційний вплив. Глобальні соціальні комунікації</i>	10	2	2		6
<i>Виробництво медійної культури</i>	14	2	2		10
<i>Модульний контроль III</i>	2			2	
<b>Разом годин</b>	26	4	4	2	16
<b>Змістовий модуль 4.</b>					
<b>Технологія масового впливу. Дослідження соціальної комунікації</b>					
<i>Масовий вплив на комунікаційний процес</i>	10	2	2		6
<i>Технологія масовокомунікаційного впливу</i>	10	2	2		6

<i>та ефекти в масовій комунікації</i>					
<i>Моделі масової комунікації</i>	10	2	2		6
<i>Модульний контроль IV</i>	2			2	
<b>Разом годин</b>	32	6	6	2	18
<b>Разом</b>	<b>120</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>56</b>

## **5. Програма навчальної дисципліни**

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.**

**Лекція 1-2.** *Вступ. Соціальні комунікації та інформація в структурі людської цивілізації (4 год.).*

Наука про комунікацію. Дослідження соціальної комунікації. Комунікація як процес. Загальні характеристики комунікації. Альтернативні традиції аналізу: структурна, біхевіоральна, культурна.

Інформація. Види інформації.

Мас-медійна інституція. Види мас-медій.

*Література:* 2, 3, 4, 20, 22.

**Семінар 1-2.** *Вступ. Соціальні комунікації та інформація в структурі людської цивілізації (4 год.).*

**Лекція 3-4.** *Історія науки про соціальні комунікації. Природа соціальної комунікації (4 год.).*

Процес соціальної комунікації. Становлення науки про соціальні комунікації. Перший етап у розвитку науки. Другий етап. Третій та четвертий етапи. Новітній етап науки про соціальні комунікації. Характер соціальної комунікації. Система соціальної комунікації. Структура соціальної комунікації. Форми соціальної комунікації.

*Література:* 1, 2, 5, 29, 14, 3.

**Семінар 3-4.** *Історія науки про соціальні комунікації. Природа соціальної комунікації (4 год.).*

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.**

**Лекція 5-6.** *Концепції. Види комунікації (4 год.).*

Концепція мас. Масова аудиторія. Масова культура та популярна культура. Чотири моделі комунікації за Денісом Мак-Квейлом. Візуальна та вербальна комунікація. Масмедійна комунікація. Рекламна комунікація. PR комунікація.

*Література:* 5, 7, 8, 14, 16.

**Семінар 5-6.** *Концепції. Види комунікації (2 год.).*

**Лекція 7.** *Масова комунікація та культура. (4 год.).*

Франкфуртська школа та критична теорія. Бірмінгемська школа. Гендерні проблеми та мас-медії. Плекання та опосередкування ідентичності. Глобалізація культури. Мас-медії та постмодерна культура.

*Література:* 1, 4, 5, 19, 4, 3.

### **Семінар 7. Масова комунікація та культура. (4 год.).**

#### **Лекція 8. Структура та діяльність медій. Принципи та відповідальність. (4 год.).**

Свобода медій. Медійна рівність. Різноманітність медій. Якість інформації. Значення відповідальності. Межі та зв'язки відповідальності. Дві альтернативні моделі відповідальності.

*Література: 13, 14, 16, 4, 9.*

#### **Семінар 7. Структура та діяльність медій. Принципи та відповідальність. (4 год.).**

*Література: 11, 22, 5, 18, 29, 27.*

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III.**

#### **Лекція 9. Поняття про масовокомунікаційний вплив. Глобальна масова комунікація 2 год.).**

Визначення масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади. Професійні засади. Вижи масовокомунікаційного впливу. Різновиди глобальних мас-медій. Культурний імперіалізм. Міжнародна медійна залежність. Міжнародний потік інформації. Поняття національної та культурної ідентичності.

#### **Семінар 9. Поняття про масовокомунікаційний вплив. Глобальна масова комунікація (2 год.).**

*Література: 1, 2, 5, 8, 14, 29, 27.*

#### **Лекція 10-11. Виробництво медійної культури (2 год.).**

Діяльність медійних організацій: фільтрування і добір. Чинники добору новин. Боротьба за доступ. Вплив джерел на новини. Діяльність медійних організацій: опрацювання та презентація. Логіка медійної культури. Імператив привертання уваги.

*Література: 4, 8, 14, 24, 19, 21.*

#### **Семінар 10-11 Виробництво медійної культури (2 год.).**

*Література: 4, 8, 14, 29, 32, 13.*

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV.**

#### **Лекція 12. Масовий вплив на комунікаційний процес (2 год.).**

Основи масовокомунікаційного впливу. Визначення масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу. Професійні засади масовокомунікаційного впливу.

Види масовокомунікаційного впливу. Масове зараження. Масова сугестія. Масова маніпуляція.



**Семінар 12.** *Масовий вплив та його технології (2 год.).*

*Література: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 31.*

**Лекція 13.** *Технологія масовокомунікаційного впливу та ефекти в масовій комунікації (2 год.).*

Основи технології масовокомунікаційного впливу. Поняття про технологію масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади масовокомунікаційних технологій.

Види масовокомунікаційних технологій. Технології проектування та змін соціального простору. Інформаційні технології. Інформаційні інтерактивні технології, або інтерактивні технології спілкування. PR-технології. Рекламні технології. Пропагандистські технології. Технології нових медіа як протиприклад масовокомунікаційним технологіям.

**Семінар 13.** *Технологія масовокомунікаційного впливу та ефекти в масовій комунікації (2 год.).*

*Література: 12, 23, 3, 11, 5, 6, 8, 9, 31.*

**Лекція 14.** *Моделі масової комунікації (2 год.).*

Зіставний аналіз теорії масової комунікації. Основні теорії масової комунікації. Макквейлова теорія масової комунікації.

Моделі масової комунікації. Модель комунікації як трансмісії. Модель експресивна, або ритуальна. Модель розголосу: комунікація як демонстрація й привертання уваги. Модель рецепції (сприймання): кодування й декодування висловлювання.

Напрями досліджень масової комунікації. Дослідження медіа впливу. Інші напрями досліджень.

**Семінар 14.** *Технологія масовокомунікаційного впливу та ефекти в масовій комунікації (2 год.).*

*Література: 2, 3, 8, 21, 5, 6, 8, 9, 31.*

## 6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

#### Денна форма

Вид діяльності студента	Максимальна к-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		К-ть одиниць	Максимальна кількість	К-ть одиниць	Максимальна кількість	К-ть одиниць	Максимальна кількість	Кількість одиниць	Максимальна кількість
Відвідування лекцій	1	4	4	5	5	2	2	3	3
Відвідування семінарських занять	1	4	4	5	5	2	2	3	3
Робота на семінарських	10	4	40	5	50	2	20	3	30

заняттях										
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	3	15	2	10	3	15	
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25	
Разом			83		100		59		76	

Коефіцієнт:  $318:100 = 3,18$

## 6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

*Самостійна робота №1.*

***Соціальні комунікації та інформація в структурі людської цивілізації.***

1. Опрацювати кілька визначень із теорії соціальної комунікації та порівняти їх.
2. Вивчити види інформації та проілюструвати їх власними прикладами у письмовій формі.
3. Завдання. Обрати, вивчити та проаналізувати один із видів мас-медій за поданною схемою та представити у вигляді презентації.

***Історія науки про соціальні комунікації. Природа соціальної комунікації***

1. Опрацювати хронологічні етапи розвитку науки про масову комунікацію за підручником В. В. Різуна (Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303“журналістика та інформація” / В.В. Різун.— К.: Видавничий центр “Просвіта”, 2008.— 260 с.).
2. Підготувати реферат з історії масової комунікації.
3. Законспектувати основні засади природи МК за різними джерелами.

*Самостійна робота № 2.*

***Соціальні комунікації та культура.***

1. Законспектувати основні засади шкіл МК (Франкфуртської, Бірмінгемської тощо).
2. Опрацювати проблему гендерного підходу у роботі медій (за підручником Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с. – С. 13-36.).

***Структура та діяльність медій. Принципи та відповідальність.***

Підготувати презентацію історії будь якого виду ЗМІ (виникнення, діяльність, тематичне наповнення, проблеми, перспективи тощо).

*Самостійна робота № 3. Поняття про масовокомунікаційний вплив. Глобальна масова комунікація.*

1. З'ясувати які є види масовокомунікаційного впливу. Підготувати самостійно розроблені програми політичної агітації.
  2. Проаналізувати сучасні методи агітаційного чи пропагандистського впливу на суспільство через медіа-комунікації.

*Самостійна робота № 4. Виробництво медійної культури.*

1. Законспектувати основні джерела та чинники добору новин, принципи боротьби за доступ..
2. За наявними класифікаціями підготувати кілька актуальних новин, використовуючи різні джерела та чинники

**Критерії оцінювання:** при оцінюванні виконаних самостійних робіт основна увага буде звертатися на знання методології аналізу, вправне користування базовими літературознавчими термінами, повноту відповідей, уміння обґрунтовувати свою думку цитатами з тексту. Максимальна оцінка – 5 балів.

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

Кожен модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі з використанням письмових завдань. Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля. Модульний контроль з курсу здійснюється в письмовій формі та полягає в індивідуальній та груповій роботі з підготовки есеїв та планів нарисів. Максимальна оцінка за кожен модуль – 25 балів.

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

Семестровий контроль відбуватиметься у формі заліку (максимум 100 балів)

### **6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю (для самоконтролю)**

1. Наука про комунікацію. Дослідження соціальних комунікацій.
2. Комунікація як процес.
3. Загальні характеристики комунікації.

4. Альтернативні традиції аналізу: структурна, біхевіоральна, культурна.
5. Інформація.
6. Види інформації.
7. Мас-медійна інституція. Види мас-медій.
8. Процес масової комунікації
9. Становлення науки про масову комунікацію.
10. Перший етап у розвитку науки.
11. Другий етап. Третій та четвертий етапи.
12. Новітній етап науки про масову комунікацію.
13. Характер масової комунікації.
14. Система масової комунікації.
15. Структура масової комунікації.
16. Форми масової комунікації.
17. Концепція мас
18. Масова аудиторія
19. Масова культура та популярна культура
20. Чотири моделі комунікації за Денісом Мак-Квейлом
21. Візуальна та вербальна комунікація.
22. Масмедійна комунікація
23. Рекламна комунікація
24. PR комунікація.
25. Франкфуртська школа та критична теорія
26. Бірмінгемська школа
27. Гендерні проблеми та мас-медії
28. Плекання та опосередкування ідентичності
29. Глобалізація культури.
30. Мас-медії та постмодерна культура.
31. Свобода медій
32. Медійна рівність
33. Різноманітність медій
34. Якість інформації
35. Значення відповідальності. Межі та зв'язки відповідальності
36. Дві альтернативні моделі відповідальності.
37. Визначення масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади. Професійні засади.
38. Вижи масовокомунікаційного впливу.
39. Різновиди глобальних мас-медій
40. Культурний імперіалізм
41. Міжнародна медійна залежність. Міжнародний потік інформації
42. Поняття національної та культурної ідентичності.
43. Діяльність медійних організацій: фільтрування і добір .

- 44. Чинники добору новин
- 45. Боротьба за доступ
- 46. Вплив джерел на новини
- 47. Діяльність медійних організацій: опрацювання та презентація
- 48. Логіка медійної культури

### 6.6 Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

## 7. Навчально-методична карта дисципліни «Аналіз художнього тексту»

Разом: 120 год., з них лекційних – 28 год., семінарські заняття – 28 год.,  
модульний контроль – 8 год.,  
самостійна робота – 56.

Тижень	I	II-III	VI	V	VI	VII	VIII- IX
Модулі	Змістовий модуль I		Змістовий модуль II			Змістовий модуль III Змістовий модуль IV	
Назва модуля	<b>Теоретичні засади соціальних комунікацій та інформації.</b>		<b>Концепції соціальних комунікацій.</b>			<b>Медійна культура. Технологія масового впливу. Дослідження соціальної комунікації</b>	
Кількість балів за модуль	83 бал		100 бали			135 балів	
Лекції	1-2	3-4	5-6	7	8	9	10-14
Дати							
Теми лекцій	<i>Вступ. Масова комунікація та інформація в структурі людської цивілізації – 2 б.</i>	<i>Історія науки про масову комунікацію. Природа масової комунікації – 2 б.</i>	<i>Концепції. Види комунікації – 2 б.</i>	<i>Масова комунікація та культура – 1 б.</i>	<i>Діяльність медій. Принципи та відповідальність.</i>	<i>Поняття про масовокомунікаційний вплив. Глобальна масова комунікація – 1 б. Масовий вплив на комунікаційний процес 1 б.</i>	<i>Виробництво медійної культури – 2 б. Технологія масовокомунікаційного впливу та ефекти в масовій комунікації 1 б. Моделі масової</i>
Теми семінарських занять	<i>Вступ. Масова комунікація та інформація в структурі людської 22б</i>	<i>Масову комунікацію. Природа масової комунікації – 2 б. – 22 б.</i>	<i>Концепції. Види комунікації – 22 б.</i>	<i>Масова комунікація та культура – 11 б.</i>	<i>Соціальні комунікації та культура – 11 б.</i>	<i>Поняття про масовокомунікаційний вплив. Глобальна масова комунікація – 1 б. Масовий вплив на комунікаційний процес 22 б.</i>	<i>Виробництво медійної культури – 2 б. Технологія масовокомунікаційного впливу та ефекти в масовій комунікації 11 б. Моделі масової комунікації 11 б</i>
Самостійна робота	106		156			106	156
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)		Модульна контрольна робота 2 (25 балів)		Модульна контрольна робота 3,4 (25 + 25 балів)		
Підсумковий контроль	Залік						

## 8. Рекомендовані джерела

### Основна:

1. Квіт С. Масові комунікації: Підручник.— К.: Вид. Дім “Києво-Могилянська академія”, 2008.
2. Лизанчук В., Кузнецова О. Методи збирання і фіксації інформації у журналістиці: Навчальний посібник. – К.: МНК ВО при Мінвузі УРСР, 1991. – 200 с.
3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с.
4. Масова комунікація: Підручник / А. Москаленко, Л. Губерський, В. Іванов, В. Вергун. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.
5. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації.— К.: Видавничий центр “Київський університет”, 1999.
6. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303“журналістика та інформація” / В.В. Різун.— К.: Видавничий центр “Просвіта”, 2008.— 260 с.
7. Холод О.М. Світ соціальних комунікацій наук. журн. [гол.ред. О.М. Холод]. –Т. 8. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2012. – 200с.

### Додаткова

8. Аналітика, експертиза, прогнозування: Монографія / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Ожеван М. А. та ін.— К.: Наша культура і наука, 2003.
9. Брайант, Дженнингз, Томпсон, Сузан. Основы воздействия СМИ.— М.: Издательский дом «Вильямс», 2004.— 432 с.
- 10.Галлін Д., Манчіні П. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / Переклад з англ. О. Насика. – К.: Наука, 2008. – 320 с.
- 11.Грабельников А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. – М.: Изд-во РУДН, 2001. – 330 с.
- 12.Гриценко О. Суспільство, держава, інформація. – К.: Київ. ун-т, 2001. – 165 с.
- 13.Грушин Б. А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. М., 1987
- 14.Грушин Б. А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения.— М.: Знание, 1979.
- 15.Джеймс, Лалл. Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід.— К.: “Вид-во “К.І.С””, 2002.
- 16.Дмитровський З. Телевізійна інформація: теорія і практика: Навчальний посібник. – Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2002. – 128 с.
- 17.Журналист в поисках информации: Сборник материалов для работников СМИ и будущих журналистов / Отв. ред. А. Симонов. – М.: Галерея, 2000. – 111 с.
- 18.Закон України "Про інформацію" // [www.vpf.kiev.ua/book/inform\\_book.pdf](http://www.vpf.kiev.ua/book/inform_book.pdf)

- 19.Іванов В. Соціологія масової комунікації: Навчальний посібник. – К.: ВПЦ "Київський університет", 2000. – 210 с.
- 20.Кара-Мурза С. Г. Манипуляція сознанием.— К.: Оріяни, 2000.
- 21.Корнєв М. Н., Фомічова В. М. Психологія масової поведінки / Ін-т післядипломної освіти Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка.— К., 2000.
- 22.Лубкович І. Соціологічні методи збору інформації // Лубкович І. Соціологія і журналістика: Навчальний посібник. – Львів: Видав. Центр ЛНУ імені Івана Франка, 2002. – С.37–80.
- 23.Набруско В. І. Формування громадської думки в умовах легітимації політичної влади (масовокомунікативний вимір). Наукова робота на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук. Науковий керівник доктор філологічних наук В. В. Різун / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка; Інститут журналістики.— Київ, 2007.
- 24.Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследования.— М.: Институт социологии РАН, 2002.
- 25.Павлов И. П. Двадцатилетний опыт объективного изучения высшей нервной деятельности (поведения) животных.— М.: Наука, 1973.
- 26.Павлюк Л. Знак, символ, міф у масовій комунікації. – Львів: ПАІС, 2006. – 120 с.
- 27.Павлюк Л. Знак, символ, міф у масовій комунікації.— Львів: ПАІС, 2006.
- 28.Павлюк Л. Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація. – Львів: ПАІС, 2007. – 168.
- 29.Почепцов Г. Г. Теория коммуникации.— М.: “Рефл-бук”; К.: “Ваклер”, 2003.— 656 с.
- 30.Почепцов Г. Теория и практика коммуникации. – М., 1998. – 352 с.
- 31.Прохоров В. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. – М.: РИП-холдинг, 2001. – 322 с.
- 32.Шостак М. Репортер: Профессионализм и этика. – М.: РИП-холдинг, 2002. – 164 с.