

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики
Кафедра журналістики і нових медіа

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

_____ О.Б.Жильцов
“ _____ ” _____ 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПСИХОЛОГІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ:

СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ

спеціальності 061 Журналістика

рівня вищої освіти першого (бакалаврського)

освітньої програми 061.00.02 Реклама та зв'язки з громадськістю


Київ - 2022

Розробники: Хамедова О.А., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа.

Викладачі: Хамедова О.А., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа.

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


Протокол від 1 грудня 2021 року № 6

Завідувач кафедри журналістики і нових медіа  (І.В.Погребняк)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми
____.____. 2022 р.

Гарант освітньої програми  Нетреба М.М.

Робочу програму перевірено
____.____. 2022 р.

Заступник директора Інституту журналістики  (Стадніченко О.І.)

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 № ____

ЗМІСТ

1. Опис навчальної дисципліни.....	4
2. Мета і завдання навчальної дисципліни	5
3. Результати навчання за дисципліною.....	5
4. Структура навчальної дисципліни	7
4.1. Тематичний план для денної форми навчання.....	7
5. Програма навчальної дисципліни.....	8
Змістовий модуль I.....	8
Змістовий модуль II.....	9
6. Контроль навчальних досягнень.....	10
6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів.....	10
6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання.....	11
6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.....	11
6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.....	11
6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю.....	12
6.6. Приклад завдання на іспиті.....	13
6.7. Шкала відповідності оцінок.....	13
7. Навчально-методична картка дисципліни.....	14
8. Рекомендовані джерела.....	15

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	Денна
вид дисципліни	Нормативна
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс	1
Семестр	2
Кількість змістових модулів з розподілом:	2
Обсяг кредитів	2
Обсяг годин, в тому числі	60
аудиторні	28
модульний контроль	4
семестровий контроль	15
самостійна робота	13
форма семестрового контролю	іспит

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальний модуль “Соціологія комунікації” у межах програми курсу “Психологія та соціологія комунікації” покликаний формувати теоретичну базу фахівця у медійній сфері, 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.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *інтегральну компетентність*: здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі і практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.
- розвивати *загальні компетентності* такі, як:
 - ЗК 1 Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
 - ЗК 3 Здатність бути критичним і самокритичним.
 - ЗК 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
 - ЗК 7 Здатність працювати в команді.
 - ЗК 9 Здатність реалізувати свої права і обов’язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
 - розвивати *спеціальні (фахові, предметні) компетентності спеціальності*:
 - СК 1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
 - СК 08. Здатність володіти емоційним інтелектом в умовах професійної діяльності.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких **програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв’язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:**

РН 2 Застосовувати знання зі сфери реклами та зв'язків з громадськістю для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

РН 9. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків, представників громадянського суспільства.

РН 10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання і примноження суспільних та культурних цінностей та досягнень.

РН 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук.

У результаті вивчення курсу студент повинен:

- знати провідні соціологічні теорії, які стосуються засобів масової комунікації;
- розуміти основні технології впливу медіа на суспільство;
- знати соціологічні методи дослідження ЗМК;
- 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 медіатекстах, зокрема у рекламних;
- використовувати свої знання у рекламній сфері;
- проводити соціологічні дослідження засобів масової комунікації;
- досконало проводити дослідження за допомогою методів опитування та контент-аналізу.

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	Модульний/ семестровий контроль
		лекції	семінари	практичні		
Модуль I. Масова комунікація і суспільство						
Тема 1. Соціологія і журналістика.	4	2			2	
Тема 2. Вплив ЗМК на суспільство	15	4	6	2	3	
Тема 3. Масова культура, ідеологія споживання і медіа.	8	2	2	2	2	
Модульний контроль	2					2
Разом	29	8	8	4	7	2
Модуль II . Соціологічні дослідження роботи мас-медіа						
Тема 4. Соціологічні дослідження Комунікатора.	4			2	2	
Тема 5. Якісні і кількісні (формалізовані) методи дослідження аудиторії мас-медіа.	6	2		2	2	
Тема 6. Дослідження змісту повідомлення. Канали комунікації.	4		2		2	
Модульний контроль	2					2
Семестровий контроль	15					15
Разом	31	2	2	4	6	4/15
Усього	60	10	10	8	13	4/15

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ І

Масова комунікація і суспільство

Лекція І. 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). Використання результатів КСД в медіатекстах.

Література основна 1,2,3,4,5

додаткова 13, 14, 16

Лекція ІІ. Медіалізація суспільства. – 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, 16

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

Література основна 1,2,3,4,5

додаткова 7,16

Лекція ІІІ. 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.

Література основна 1,2,3,4,5

додаткова 3,4,5, 15

Семінар 2. Сексуалізація медіа. – 2 год.

Література основна 5

додаткова 8,9,10

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

Література основна 1,2,3,4,5

додаткова 7, 16

Практичне заняття 1. Архетипи у медіатексті.

Література основна 1,2,3,4,5

додаткова 26

Лекція IV. Соціально відповідальні медіа.

Поняття соціальної відповідальності. Історія концепції соціально відповідальних мас-медіа. Принципи відповідальності медіа. Українські мас-медіа і соціальна відповідальність. “Біла” пропаганда. Саморегуляція у рекламному бізнесі.

Література основна 5

додаткова 8,9,10

Практичне заняття 2. Гендер і мас-медіа. – 2 год.

Література основна 5

додаткова 8,9,10

МОДУЛЬ II

Соціологічні дослідження роботи мас-медіа

Лекція V. 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

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

Література 1,2,3,4,5

додаткова 3,4,5,15

Семінар 5. Контент-аналіз ЗМК. – 2 год.

Література основна 1,2,3,4,5

додаткова 13,14

Практичне заняття 3. Дискурс-аналіз медійних текстів. - 2 год.

Література основна 1,2,3,4,5

додаткова 16

Практичне заняття 4. Соціологічна анкета. - 2 год.

Література основна 1,2,3,4,5

додаткова 13,14

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	макс.кільк. балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	макс.кільк. балів	кількість одиниць	макс.кільк.ба лів
Відвідування лекцій	1	4	4	1	1
Відвідування семінарських занять	1	3	3	2	2
Відвідування практичних занять	1	2	2	2	2
Робота на семінарському занятті	10	3	30	2	20
Робота на практичному занятті	10	2	20	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			99		85
Максимальна кількість балів	184				
Розрахунок коефіцієнта	184:60=3,06				

6.2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

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 Т. Ніколса «Диванні експерти. Як необмежений

доступ до інформації робить нас тупішими» (Розділ 4. Давай я за тебе це погуглю. Як необмежений доступ до інформації робить нас тупішими» С. 109-135). 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..

Модуль 2

Соціологічні дослідження мас-медіа

Тема 4. Прочитати працю Д.Матісона "Медіа-дискурс. Аналіз медіа-текстів. Дослідження медіа і культури" (Розділ 2. Рекламний дискурс: спроба продати “між рядків”. - С. 59-90).

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 у тестовій формі (два тести для перевірки завдань до Модуля 1 і Модуля 2) на платформі ЕНК <http://elearning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=17057> .

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. За кожен правильну відповідь - 1 б., відповідно можна набрати 25 б.

Критерії оцінювання:

- 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 комунікації» відбувається під час спільного іспиту з дисципліни «Психологія та соціологія комунікації».

Критерії оцінювання студентів на іспиті.

На спільному іспиті зі спеціальності «Психологія і соціологія комунікації» студенти мають можливість набрати 40 б. (20 б – з «Психології комунікації» і 20 б. – з «Соціології комунікації»). Іспит проводиться у тестовій формі на платформі ЕНК <http://elearning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=17057>. Тест містить 40 питань. Кожна правильна відповідь оцінюється 1 б.

Критерії відповіді:

- знання теоретичного матеріалу;
- ґрунтовна обізнаність із працями соціологів та медіасоціологів, наявних у списку для самостійної роботи;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- вміння швидко й оперативно аналізувати інформацію.
- навички критичної оцінки інформаційного продукту.

6.5. Орієнтовний перелік питань до іспиту

1. Визначити стадії розвитку суспільства за О.Тоффлером.
2. Проаналізувати, які риси інформаційного суспільства притаманні сучасній Україні. Пояснити, як реалізується у сучасному суспільстві «медіалізація» (Д.Матісон).
1. З'ясувати ключові проблеми, які аналізуються в медіасоціології.
2. Дослідити, які можливі форми взаємодії соціології і масмедіа.
3. Пояснити, яким чином здійснюється моделювання соціальної реальності за допомогою ЗМК і теорія К.Г.Юнга.
4. Знайти архетипні образи у медіатекстах.
5. Простежити архетипні патерни політичної риторики у мас-медіа.
6. З'ясувати, як ЗМІ формують «суспільство переживань».
7. Довести, що телепередачі впливають на активацію людини.
8. Продемонструвати на власних прикладах, як впливає медіанасильство на телеглядачів, застосовуючи теорію Джорджа Гербнера.
9. З'ясувати рівень медіанасильства у різних країнах і порівняти їх з Україною.
10. З-поміж багатьох гіпотез соціологів щодо впливу телебачення на агресивну поведінку людини обрати одну і довести, що саме вона правомірна, посилаючись на власні медіаприклади.
11. Проілюструвати на власних прикладах концепцію соціально відповідальних медіа.

12. Проаналізувати таке явище, як сексуалізація медіа, з'ясувати його причини і наслідки, посилаючись на фундаментальне дослідження Дебри Л. Мерскін.
13. Простежити взаємозв'язки ЗМІ і просоціальної поведінки, посилаючись на соціологічні дослідження.
14. Виявити через дискурс-аналіз дискримінаційні меседжі у медійних матеріалах.
15. Проаналізувати законодавчу базу України щодо недопущення розповсюдження у рекламі будь-яких проявів дискримінації.
16. Довести багатозначність поняття «Комунікатор».
17. Проаналізувати принципи типології ЗМІ.
18. Проаналізувати медійні матеріали, які можна охарактеризувати як гендерночутливі.
19. Знайти і проаналізувати сексистські матеріали у ЗМІ, пояснити причини їх появи.
20. Дослідити мовний сексизм у публіцистичних текстах і з'ясувати, що таке гендерна метафора.
21. Проаналізувати рекламні матеріали, які містять об'єктивацію людини. Проілюструвати, як конструюється образ моделі.
22. Проаналізувати контрапункти праці З. Баумана «Індивідуалізоване суспільство» і з'ясувати його думку про деякі телевізійні шоу.
23. З. Бауман «Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства».
24. Довести актуальність розвідки Д. Матісона «Рекламний дискурс. Спроба продати “між рядків”».
25. Пояснити плюси і мінуси анкетування як соціологічної процедури. Вимоги до анкети.
26. Пояснити плюси і мінуси соціологічного інтерв'ю.
27. Проаналізувати ефективність методу фокус-груп.
28. Довести ефективність методу спостереження. Невключене / включене спостереження.
29. Проаналізувати доцільність проведення соціального експерименту.
30. Пояснити правила розміщення соціологічних даних в інформаційних матеріалах.

6.6. Приклад тестового завдання на іспиті

✓ Чоловіки в рекламі частіше діють, а ось жінки – ні, вони лише прикрашають. І. Гоффман назвав це явище «функціональною...».

А ієрархією

Б поляризацією

В об'єктивацією

Г нерівністю

6.7. 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 картка дисципліни

Разом: 60 год., з них лекційних – 10 год., семінарські заняття – 10 год., практичні - 8 год., модульний контроль – 4 год., самостійна робота – 28 год. , залік.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	
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 1б.	Масова культура, суспільство споживання і медіа 1 б		Соціально відповідальні медіа - 1 б.	Соціологічні методи дослідження аудиторії ЗМК 1 б.			
Теми семінарських занять	Медіанасильство 11 б.	Сексуалізація медіа. – 11 б.	ЗМК і поведінка 11 б.	і просоціальна поведінка 11 б.		Медіа як - канал поширення ідеології споживання 11 б.		Контент-аналіз ЗМК 11 б.	
Теми практичних занять	Архетипи у медіатексті - 11 б.		Гендер і мас-медіа - 11 б.			Дискурс-аналіз медійних текстів - 11 б.		Соціологічна анкета- 11 б.	
Самостійна робота	З.Бауман “Індивідуалізоване суспільство” 5 б.	Т.Ніколс «Диванні експерти. Як необмежений доступ до інформації робить нас тупішим»	Дебра Л.Мерскін “Сексуалізація медіа. Як і чому ми це робимо?” 5 б.			З. Бауман “Глобалізація . Наслідки для людини і суспільства” 5 б.		“Гендер для медій” /За ред. М.Масрчак 5 б.	Д. Матісон “Медіа-дискурс. Аналіз медіа-текстів” - 5 б.

		5 б.				
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)		Модульна контрольна робота 2 (25 балів)			
Підсумковий контроль	Спільний іспит з дисципліни «Психологія і соціологія комунікації (40 балів)					

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». Луганськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. 167 с.
2. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації : навч. посіб. Київ : Центр вільної преси, 1999. 210 с.
3. Лубкович І. М. Соціологія і журналістика : підручник. Львів : ПАІС, 2013. 232 с.
4. Лукашевич М. П., Шандор Ф. Ф. Соціологія масової комунікації. Київ : Знання, 2015. 367 с.
5. Історія соціологічної думки: навчальний енциклопедичний словник-довідник / за наук. ред. В. М. Пічі. Львів : Новий Світ-2000, 2016. 687 с.

Додаткова

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учебное пособие для студентов вузов. Москва : Аспект Пресс, 2005. 176 с.
2. Бориснёв С. В. Социология коммуникации : учебное пособие для вузов. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 270 с.
3. Бодрийяр, Жан. Символический обмен и смерть : пер. с фр. Москва : Добросвет, 2000. 389 с.
4. Бодрийяр, Жан. Симулякры и симуляция : пер. с фр. Тула, 2013. 204 с.
5. Бодрийяр, Жан. Система вещей : пер. с фр. – Москва : Рудомино, 1995. 168 с.
6. Вебер, Макс. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика : пер. з нім. Київ : Основи, 1998. 534 с.
7. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы : пер. с нем. Харьков : Гуманитарный центр, 2016. 266 с.

8. Гендер для медій : підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей / за ред. М. Маєрчик. Київ : Критика, 2014. 217 с.
9. Гендер і сексуальність: хрестоматія / за ред. В. Гайденко. Суми : Унів. кн., 2009. 139 с.
10. Говорун Т. В., Ворник Б. М. Сексуальність та статеве поведінка в Україні: проблеми сьогодення та перспективи. Київ, 1995. 51 с.
11. Гидденс А. Опосредование опыта / М. М. Назаров. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Москва : Едиториал УРСС, 2003. С. 169-173.
12. Дмитриев Е. И. Социология журналистики : конспект лекций. Минск : БГУ, 2001. 150 с.
13. Иванов В. Ф. Соціологія і журналістика : тексти лекцій. Київ : Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994. 171 с.
14. Конечкая В. П. Социология коммуникации : учебник. Москва : Международный университет бизнеса и управления, 1997. 304 с.
15. Марьина Л. П. Журналистика и культура: динамика взаимодействия. Львів : ПАИС, 2013. 164 с.
16. Матисон Д. Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. Исследования медиа и культуры. Харьков : Гуманитарный Центр, 2017. 264 с.
17. Мерскин Д. Сексуализация медиа. Как и почему мы это делаем. Харьков : Гуманитарный центр, 2016. 380 с.
18. Ніколс Т. Диванні експерти. Як необмежений доступ до інформації робить нас тупішими. Київ, 2019. 240 с.
19. Почепцов Г. Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. Киев : Альтер-пресс, 2008. 408 с.
20. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : ВПЦ «Київський університет», 1999. 308 с.
21. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва : Рефл-бук, Київ : Ваклер, 2001. 656 с.
22. Соціологія : навч. посіб. 3-тє вид., стер. / за ред. С. О. Макеєва. Київ : Т-во «Знання», КОО, 2005. 455 с.
23. Соловьев В. Р. Манипуляции: атакуй и защищайся. Москва : Эксмо, 2011. 352 с.
24. Терин В. П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада : 2-е изд., перер. и доп. Москва, 2000. 224 с.
25. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов. СПб : Питер, 2003. 400 с.
26. Фиск Дж. Постмодернизм и телевидение / М. М. Назаров. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Москва : Едиториал УРСС, 2003. С.174-179.
27. Фрейд З. О сновидениях. Тотем и табу. Очерки по теории сексуальности. О сновидениях : пер. с нем. Харьков : Фолио, 2006. 414 с.
28. Фромм, Эрих. Бегство от свободы : пер. с англ. 2-е изд. Москва : Изд. группа «Прогресс». Универс, 1995. 251 с.

29. Фуко, Мішель. Історія сексуальності : у 3 т. Харків : Око, 2000. Т. 3 : Плекання себе. 264 с.
30. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации : учебник для вузов. Москва : ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. 248 с.
31. Шеремет А. Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ : дисс. ... канд. соц. наук : 22.00.06. Екатеринбург, 2003. 142 с.
32. Шульц В. Процес комунікації. *Публіцистика. Масова комунікація. Медіа-енциклопедія*. Київ: АУП, ЦВП, 2007. С. 619-646.
33. Щербина В. Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа: опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума» : монография. Бердянск : Просвіта, 2001. 224 с.
34. Юнг К. Г. Архетип и символ : пер. с нем. Москва, 1991. 304 с.
35. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань. *Контекст*. 2001. № 12. С. 17-23.