

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики
Кафедра журналістики і нових медіа

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов
“ 30 ” 01 2020 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ПСИХОЛОГІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ:**

СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ

спеціальності Журналістика

освітнього рівня першого (бакалаврського).

освітньої програми 061.00.02 Реклама та зв'язки з громадськістю

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Протокол № 3028/20

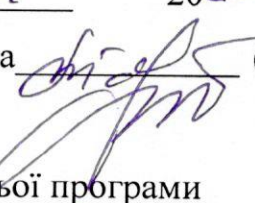
(підпис) (прізвище, ініціали)
« 20 » 20 20

2020 рік

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 « 20 » 01 2020 року № 6
Завідувач кафедри журналістики і нових медіа  (В.О. Гандзюк)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми
____.____. 2020 р.

Гарант освітньої програми  М.С. Васюків

Робочу програму перевірено
____.____. 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики  (Росінська О.А.)

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 № ____

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики
Кафедра журналістики і нових медіа

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б.Жильцов
2019 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПСИХОЛОГІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ:

СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ

спеціальності Журналістика

освітнього рівня першого (бакалаврського).

освітньої програми 061.00.02 Реклама та зв'язки з громадськістю

2019 рік

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 19/42/19

(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 20 19 р.

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.....	12
6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.....	12
6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю.....	13
6.6. Шкала відповідності оцінок.....	14
7. Навчально-методична картка дисципліни.....	15
8. Рекомендовані джерела.....	16

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	-
самостійна робота	28
форма семестрового контролю	залік

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.

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;
- особливості взаємодії засобів масової комунікації і PR-структур;
- 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 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.

Вивчення курсу формує у студентів такі компетентності:

фахові:

- усвідомлення ролі журналістики в суспільстві;
- здатність оперативно збирати інформацію за допомогою соціологічних методів;
- вміння працювати у команді;

загальні:

- здатність до управління у сфері медіа;
- здатність до координації дій з іншими;
- навички емоційного інтелекту;
- здатність до задоволення потреб споживачів;
- здатність до когнітивної гнучкості.

Вивчення курсу формує у студентів такі компетентності: **фахові** (ФК 1 - Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики; володіти процесами журналістської діяльності; ФК 2 – здатність знаходитись у контексті подій; уміння здійснювати моніторингову діяльність; знати характеристики різних ЗМІ; здатність створення 7 матеріалів на основі аналізу потреб медіаринку; ФК 3 – здатність до планування медіапроцесу; дотримання часових вимог до подачі матеріалу (дедлайн); роботи у нестандартних умовах, непередбачуваних ситуаціях; уміння налагоджувати комунікацію у різних соціальних групах; дотримуватись бюджету; ФК 4 – здатність оперативно збирати інформацію, мати глибокі

базові знання з різних галузей; спеціалізовані знання з окремої галузі; дотримуватись балансу думок; уміти працювати з джерелами; ФК 5 – здатність до виокремлення новини (факту); володіння інструментарієм перевірки інформації; здатність до вибору інформації на основі релевантності; уміння створювати матеріал для різних медіаплатформ; уміння інтерпретувати контент; ФК 6 – здатність подавати інформацію у відповідній журналістській формі. Володіння комунікативними навичками (висока мовна компетенція); володіння навичками візуальної комунікації; володіння навичками створення текстів у різних жанрах; уміння поєднувати візуальні та текстуальні контенти; використання сучасних інформаційних технологій; ФК 7 – здатність нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності). Чітке уявлення про якість журналістського матеріалу; здатність до критичної оцінки власної роботи; здатність до сприйняття конструктивної критики власної роботи; здатність нести відповідальність рішення прийняті в ході журналістської діяльності; здатність нести відповідальність за результат журналістської діяльності (медіавпливи); ФК 8 – здатність працювати у команді. Володіти соціальними навичками; бути відповідальним та надійним; уміти переконливо подати власну думку; уміти знаходити рішення; розуміти права та обов'язки в редакційному колективі; виконувати професійну функцію в колективі).

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	практичні	
Змістовий модуль I. Масова комунікація і суспільство					
Тема 1. Соціологія і журналістика.	4	2			2
Тема 2. Вплив ЗМК на суспільство	18	4	6	2	6
Тема 3. Масова культура, ідеологія споживання і медіа.	12	2	2	2	6
Модульний контроль	2				2
Разом	36	8	8	4	14 \ 2
Змістовий модуль II. Соціологічні дослідження роботи мас-медіа					
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.	8		2		6
Модульний контроль	2				2
Разом	24	2	2	4	14 / 2
Підготовка та проходження контрольних заходів					
Усього	60	10	10	8	28 / 4

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗМІСТОВИЙ 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).

Література основна 1,2,3,4,5

додаткова 13, 14, 16

Лекція ІІ. 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, 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. 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 основна 5

додаткова 8,9,10

Практичне заняття 2. 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 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 од.	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	макс.кільк. балів	кількість одиниць	макс.кільк. балів
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	184:100=1,84				

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 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 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 з дисципліни «Психологія та соціологія комунікації».

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.

6.5. Орієнтовний перелік питань до заліку

1. Стадії розвитку суспільства за О.Тоффлером.
2. Інформаційне суспільство. “Медіалізація” суспільства (Д.Матісон).
 1. Медіасоціологія як наука. Соціологія і журналістика: форми взаємодії.
 2. Моделювання соціальної реальності за допомогою ЗМК і теорія К.Г.Юнга.
3. Архетипні образи у медіатексті.
4. Архетипні патерни політичної риторики у мас-медіа.
5. ЗМІ і «суспільство переживань».
6. Вплив телепередач на активацію людини.
7. Медіанасильство. Аналіз демонстрації насильства на телебаченні Джорджа Гербнера.
8. Дослідження рівня медіанасильства у різних країнах.
9. Гіпотези соціологів щодо впливу телебачення на агресивну поведінку людини.
10. Страх і мас-медіа.
11. Сексуалізація медіа. Аналіз цієї тенденції Деброю Л.Мерскін.
12. ЗМІ і просоціальна поведінка: соціологічні дослідження.
13. Сутність політичної комунікації.
14. Особистісний характер політичної діяльності.
15. ЗМК і вибори: вплив телебачення на аудиторію.
16. Поняття «Комунікатор».
17. Типологія ЗМІ.
18. Гендерна поляризація у медіа: різні, бо нерівні.
19. Сексистські матеріали у ЗМІ.
20. Мовний сексизм у публіцистичних текстах. Гендерна метафора.
21. З. Бауман «Індивідуалізоване суспільство».
22. З. Бауман «Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства».
23. Д.Матісон “Рекламний дискурс. Спроба продати “між рядків”.
24. Анкетування як соціологічна процедура. Вимоги до анкети.
25. Соціологічне інтерв’ю.
26. Метод фокус-груп.
27. Спостереження. Невключене / включене спостереження.
28. Експеримент.
29. Контент-аналіз як метод дослідження мас-медіа.

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 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	IVV	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	Гендер і ЗМК 1 б.	Соціологічні методи дослідження аудиторії ЗМК 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.		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.	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.		"Гендер для медій" /За ред. М.Маєрчик 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. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 176 с.
2. Бориснёв С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 270 с.
3. Бодрийяр, Жан. Символический обмен и смерть. / Пер. и вступ ст. С.Н.Зенкина. – М.: Добросвет, 2000. – 389 с.
4. Бодрийяр, Жан. Симулякры и симуляция / Пер. О.А. Печенкина. – Тула, 2013. – 204 с.
5. Бодрийяр, Жан. Система вещей / Ж. Бодрийяр./ Пер. с фр. С.Зенкина. – М.: Рудомино, 1995. – 168 с.
6. Вебер Макс. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер.- К.: Основи, 1998. – 534 с.
7. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / Петер Винтерхофф-Шпурк. – Харьков: Гуманитарный центр, 2016. – 266 с.
8. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей \За ред. М.Маєрчик. – К.: Критика, 2014. – 217 с.
9. Гендер і сексуальність: хрестоматія / за ред. Вікторіх Гайденко. – Суми:

Унів.кн., 2009. – 139 с.

10. Говорун Т.В. Сексуальність та статеве поведінка в Україні (Проблеми сьогодення та перспективи) / Т.В. Говорун, Б.М. Ворник. – К., 1995. – 51 с.
11. Гидденс А. Опосредование опыта // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 169-173.
12. Дмитриев Е.И. Социология журналистики: Конспект лекций. — Мн.: БГУ, 2001. — 150 с.
13. Иванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. — К.: Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.
14. Конечкая В.П. Социология коммуникации: Учебник. — М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.
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: Изд. "Гуманитарный Центр", 2017. - 264 с.
17. Мерскин Д. Сексуализация медиа. Как и почему мы это делаем. - Харьков: Гуманитарный центр, 2016
18. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. — К.: Альтер-пресс, 2008. — 408 с.
19. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. — К: ВПЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.
20. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. — 656 с.
21. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. — 3-тє вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — 455 с.
22. Соловьев В.Р. Манипуляции: Атакуй и защищайся / Владимир Соловьев. — М.: Эксмо, 2011. — 352 с.
23. Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада: 2-е изд., перер. и доп. — М., 2000. — 224 с.
24. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2003. — 400 с.
25. Фиск Дж. Постмодернизм и телевидение // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С.174-179.
26. Фрейд З. О сновидениях. Тотем и табу. Очерки по теории сексуальности. О сновидениях. / З. Фрейд; Пер. с нем. — Харьков; Фолио, 2006. — 414 с.
27. Фромм Эрих. Бегство от свободы / Э. Фромм; Пер. с англ. Г.Ф. Швейника. — 2-е изд. — М.: Изд. группа «Прогресс»: Универс, 1995. — 251 с.
28. Фуко Мишель. Історія сексуальності / Фуко Мишель. — Харків: Око. — Т 3: Плекання себе. — 2000. — 264 с.
29. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник для вузов. — М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. — 248 с
30. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: Дисс. ... канд. соц. наук. — Екатеринбург, 2003. —

142 с.

31. Шульц В. Процесс коммуникации // Публицистика. Массовая коммуникация. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 619-646.

32. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума») / Бердянский государственный педагогический институт. — Бердянск, 2001. — 252 с.

33. Юнг К.Г. Архетип и символ/ К.Г. Юнг. — М., 1991. — 304 с.

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

35. Ясперс К. Смысл и назначение истории: Пер. с нем. — М.: Политиздат, 1991. — 527 с. (Мыслители XX в.)