

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики  
Кафедра журналістики і нових медіа

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи



О.Б.Жильцов

2020 року

*РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ*

**ПСИХОЛОГІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ:**

**СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ**

спеціальності 061 Журналістика

освітнього рівня першого (бакалаврського).

освітньої програми 061.00.02 Реклама та зв'язки з громадськістю

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02136554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти  
Програма № 2502/20  
*Жильцов*  
(підпис) (прізвище, ініціали)  
«  » 20 20

Київ - 2021

**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 9.09.2020 року № 1

Завідувач кафедри журналістики і нових медіа  (В.О.Гандзюк)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми  
9 вересня. 2020 р.

Гарант освітньої програми  Нетреба М.М.

Робочу програму перевірено  
10 вересня 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 № \_\_\_\_

## 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	<b>Нормативна</b>
Мова викладання, навчання та оцінювання	<b>Українська</b>
Курс	<b>1</b>
Семестр	<b>2</b>
Кількість змістових модулів з розподілом:	<b>2</b>
Обсяг кредитів	<b>2</b>
Обсяг годин, в тому числі	<b>60</b>
аудиторні	<b>28</b>
модульний контроль	<b>4</b>
семестровий контроль	-
самостійна робота	<b>28</b>
форма семестрового контролю	<b>залік</b>

## 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 культурно-ціннісні установки суспільства, його світогляд та громадянську міфологію;
- оволодіння основами соціологічної методології для дослідження учасників комунікативного процесу, а також медіатекстів.

**Завданнями дисципліни є:**

- розвивати *інтегральну компетентність*: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов;
- розвивати *загальні компетентності*:
  - ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.
  - ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
  - ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
  - ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
  - ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.
- розвивати *фахові компетентності* спеціальності:
  - СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
  - СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

### **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»:*

- ПРН-03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами
- ПРН-04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел
- ПРН-05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань
- ПРН-06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.
- ПРН-11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою
- ПРН-13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук

ПРН-16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію

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 контроль
		лекції	семінари	практичні	
<b>Модуль I. Масова комунікація і суспільство</b>					
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
<b>Модульний контроль</b>	2				/ 2
<b>Разом</b>	<b>36</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>14 / 2</b>
<b>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.	8		2		6
<b>Модульний контроль</b>	2				/ 2
<b>Разом</b>	<b>24</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>14 / 2</b>
<b>Усього</b>	<b>60</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>28 / 4</b>

## ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ 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). Використання результатів КСД в медіатекстах.

Література основна 1,2,3,4,5

додаткова 13, 14, 16

### **Лекція II. 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 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.

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	184:100=1,84				

### 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 інфомрації робить нас тупішими» С. 109-135).

**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 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 комунікації» 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	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	1				2		3		
	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 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 інформрації робить нас тупішим» 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.	“Тендер для медій” /За ред. М.Масрчик 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». 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. Процесс 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.

36. Ясперс К. Смысл и назначение истории : пер. с нем. Москва : Политиздат, 1991. 527 с.