

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б. Жильцов

« 01 » 10 2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Теорія та історія соціальних комунікацій

для студентів

спеціальності 231 Соціальна робота
рівня вищої освіти першого (бакалаврського)
освітньої програми 231.00.04 Соціальна адвокація

Київ – 2021

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 2234/21
Несенко
(підпис) (прізвище, ініціали)
« 26 » 2021 р.

Розробник: Петренко С.І., доктор філософії з журналістики, старший викладач кафедри журналістики і нових медіа

Викладач: Петренко С.І., доктор філософії з журналістики, старший викладач кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії) журналістики та нових медіа

Протокол від «30» серпня 2021 року №1

Завідувач кафедри (голова циклової комісії) _____ В.О. Гандзюк

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи)

_____ . _____ 20 _____ р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми

(керівник проектної групи) _____ (С.В. Сапіга)

Робочу програму перевірено

_____ . _____ 20 _____ р.

Заступник директора Інституту людини _____ (О.А. Росінська)

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 ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	5
3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ	7
4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	11
5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	13
6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ.....	21
7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ.....	37
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА.....	38
9. ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ.....	44

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
Теорія та історія соціальних комунікацій		
	Денна	Заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська	
Курс	2	
Семестр	3	
Кількість змістових модулів з розподілом:	4	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, в тому числі	120	
аудиторні	42	
модульний контроль	8	
семестровий контроль	30	
самостійна робота	40	
форма семестрового контролю	Іспит	

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Теорія та історія соціальних комунікацій» покликаний сформувати уявлення студентів про соціальні комунікації як інструмент соціального інжинірингу та ознайомити з технологіями соціальнокомунікаційної взаємодії, теоретичними засадами комунікаційних процесів у соціумі, історією їх становлення та перспективами розвитку в умовах глобалізації комунікаційного простору. Соціальні комунікації розглядаються як сфера технологізованої й керованої соціальної взаємодії. У процесі вивчення курсу розкриваються засоби, способи, форми та види соціальних комунікацій, звертається увага на роль різних соціальних інститутів в становленні та розвитку соціальних комунікацій.

Дисципліна спрямована на розвиток критичного аналітичного мислення студентів, формування здатності до аналізу й оцінки соціальнокомунікаційних процесів з погляду соціальної актуальності, правдоцентричності та суспільної важливості, а також – здобуття навичок проєктування соціальнокомунікаційної взаємодії (СКВ) в площині соціальної роботи. З цією метою в процесі опанування дисципліни отримувані теоретичні знання поглиблюються під час семінарських занять та закріплюються виконанням самостійних робіт, пов'язаних з розробкою соціальнокомунікаційного проєкту. Окремий модуль дисципліни присвячений вивченню теми правди як метакатегорії соціальних комунікацій, що є актуальною в сучасному глобалізованому комунікаційному просторі. Значна увага приділяється методам, засобам, технологіям, чинникам ефективності та ефектам масовокомунікаційного впливу, спрямованого на досягнення соціальних результатів.

В розробці курсу використаний досвід викладання «Теорії та історії соціальних комунікацій» Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка і зокрема наукової школи з соціальних комунікацій професора В. В. Різуна.

Мета навчальної дисципліни: сформувати уявлення студентів про

соціальні комунікації як інструмент соціального інжинірингу через засвоєння комплексу теоретичних і практичних знань про основи формування соціальної комунікації, системи знань про розвиток технологій комунікації та їх застосування. Вивчення курсу передбачає акцентування на умови та критерії комунікаційного забезпечення, формування знань про модель безпосереднього розуміння та спілкування в умовах соціальних комунікацій.

Завданнями курсу є:

- сформувати поняття соціальних комунікацій як сфери технологізованої й керованої соціальної взаємодії, як інструмента соціального інжинірингу;
- розкрити засоби, способи, форми та види соціальних комунікацій;
- визначити роль різних соціальних інститутів в становленні та розвитку соціальних комунікацій;
- сформувати розуміння місця, ролі, функцій та критеріїв правди як метакатегорії соціальних комунікацій;
- напрацювати знання та вміння, необхідні для налагодження комунікацій під час подальшої професійної діяльності;
- ознайомитися з історією, теоріями та перспективами розвитку соціальних комунікацій в Україні та світі;
- визначити місце та роль соціальних комунікацій у суспільному житті та формуванні громадської думки;
- розвинути здатність аналітично мислити та навички критично осмислювати соціальну дійсність та комунікаційні процеси у соціумі, відповідно реагувати на них.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» студент знатиме:

- поняття «інформація» та її місце і значення в соціальнокомунікаційній діяльності;
- поняття «комунікація» та види комунікації, зокрема – «природне спілкування», «масова комунікація» та «соціальна комунікація», їх особливості;
- соціальнокомунікаційні інститути суспільства та їх роль у соціальнокомунікаційній взаємодії;
- засоби, форми та технології масової комунікації;
- види та методи масовокомунікаційного впливу;
- чинники ефективності та ефекти комунікаційного впливу;
- природу, сутнісні ознаки, форми існування, функції та критерії правди як метакатегорії соціальних комунікацій;
- основні наукові теорії соціальних комунікацій;
- основні комунікаційні моделі (спільне і відмінне між ними);
- види, особливості та роль нових медіа в сучасній соціальнокомунікаційній системі;
- особливості функціонування соціальних комунікацій у різних середовищах.
- місце та роль соціальних комунікацій у процесах формування громадської думки;
- значення соціальних комунікацій у суспільних процесах в локальному та глобальному масштабах.

Студент умітиме:

- робити зіставний аналіз теорій масової комунікації;
- розрізняти види комунікацій;
- розрізняти складники комунікаційного процесу;

- обирати засоби, методи, техніки комунікації в процесі соціально комунікаційної діяльності;
- визначати ефективність та ефекти масової комунікації;
- розрізняти форми існування правди та встановлювати правду на різних етапах соціальнокомунікаційної взаємодії;
- аналізувати та застосовувати на практиці комунікаційні моделі;
- виявляти, використовувати чи протидіяти комунікаційним технологіям і впливам;
- аргументовано викладати і захищати власну точку зору щодо різних аспектів соціальних комунікацій;
- вирізняти проблеми у сфері соціальної комунікації, знаходити і пропонувати шляхи їх розв'язання;
- збирати, обробляти інформацію та використовувати її в комунікаційних процесах професійної сфери.

Вивчення курсу формує у студентів такі компетентності: **спеціальні** (фахові, предметні) компетентності (СК) (2. Здатність прогнозувати перебіг різних соціальних процесів; 7. Здатність до співпраці у міжнародному середовищі та розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці; 18. Здатність до генерування нових ідей та креативності у професійній сфері).

Програмні результати навчання: ПРН1 – Здійснювати пошук, аналіз і синтез інформації з різних джерел для розв'язування професійних і встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між соціальними подіями та явищами.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Модульні	
Змістовий модуль І.							
Тема 1. Поняття про інформацію та комунікації. Етапи розвитку та види комунікації.	4	2	2				
Тема 2. Конститууюча природа комунікації. Комунікаційне виробництво.	9	2	2				5
Тема 3. Маси і масова свідомість в процесі соціальних комунікацій.	9	2	2				5
Модульний контроль	2					2	
Разом	24	6	6			2	10
Змістовий модуль ІІ.							
Тема 4. Соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу.	9	2	2				
Тема 5. Соціальнокомунікаційні інститути: види, місце і роль в соціально комунікаційній взаємодії	9	2	2				10
Модульний контроль	2					2	
Разом	20	4	4			2	10

Змістовий модуль III.							
Тема 6. Правда як метакатегорія соціальних комунікацій: природа, сутність, форми існування	9	2	2				
Тема 7. Функції, критерії метакатегорії правди в соціальних комунікаціях та методи її верифікації	4	2	2				
Тема 8. Ефективність і соціальна спрямованість комунікації. Ефекти та наслідки соціальних комунікацій.	9	2	2				10
Модульний контроль	2					2	
Разом	24	6	6			2	10
Змістовий модуль IV.							
Тема 9. Сучасні тенденції розвитку науки про соціальні комунікації.	9	2	2				5
Тема 10. Методологічні засади розвитку науки про соціальні комунікації	11	2	4				5
Модульний контроль	2					2	
Разом	22	4	6			2	10
Семестровий контроль	30						
Усього	120	20	22			8	40

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І.

Лекція 1. Поняття про інформацію та комунікації. Етапи розвитку та види комунікації – 2 год.

Поняття «інформація». Атрибутивна і функціональна теорія інформації. Інформація в різних науках. Інформація в соціосистемі. Зберігання інформації. Проблема її вибору. Обмін інформацією, її функціонування. Українське законодавство про поняття «інформація». Недосконалість визначень. Інфосфера. Ноосфера. Інформація й масова комунікація.

Поняття «комунікація». Види комунікацій. Природні та штучні комунікації. Періоди та етапи розвитку масового спілкування. Елементарна модель комунікації. Поняття “масова комунікація”, «соціальна комунікація», «соціальні комунікації»: спільне й відмінне. Інформація та соціальні комунікації в суспільних процесах, соціальній взаємодії. Теорії та концепції масової та соціальних комунікацій.

Література основна: 1, 6, 9, 12.

Література додаткова: 2, 3, 6, 23, 24.

Семінарське заняття № 1. Властивості, вимірювання та оцінювання інформації

Література основна: 1, 6, 9, 12.

Література додаткова: 2, 3, 6, 23, 24.

Лекція 2. Конституюча природа комунікації. Комунікаційне виробництво – 2 год.

Природа і функції комунікації. Операціональний рефлексивно-поведінковий характер комунікації. Творчий характер комунікації. Технологічно-маніпулятивний характер комунікації. Комунікація як «виробничий конвеєр». Мотиви, цілі, засоби, форми та технології комунікації. Моделі комунікації. Слово, мова, мовлення в системі

комунікацій: природа, місце, функції.

Суспільний характер комунікації. Комунікація в соціальній роботі.

Література основна: 2, 6, 8.

Література додаткова: 1, 25, 31, 34, 36.

Семінарське заняття № 2. Слово, мова, мовлення в системі комунікацій: природа, місце, функції.

Література основна: 11.

Література додаткова: 8, 12, 13.

Лекція 3. Маси і масова свідомість в процесі соціальних комунікацій – 2 год.

Поняття про маси. Маса як предмет комунікативного виробництва. Етапи розвитку масової комунікації. Формування масової свідомості та оперування нею. Масифікація як результат масової комунікації. Масова регуляція. Масова рефлексія, саморегуляція. Комунікатор, його вплив на маси. Лідери думок, їх роль і місце в масово-комунікаційній діяльності. Маса і політика. Комунікаційний уплив на маси та його наслідки. Демасифікація. Просвітництво в системі масової комунікації.

Література основна: 2, 7, 8.

Література додаткова: 11, 23, 24, 25.

Семінарське заняття № 3. Масова комунікація. Масовий комунікаційний уплив. Масова свідомість.

Література основна: 2, 7, 8.

Література додаткова: 3, 4, 7, 11, 12, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

Лекція 4. Соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу – 2 год.

Поняття «соціальні комунікації». Передумови виникнення цього поняття та тлумачення його в українській науці. Соціальна комунікація як системне явище. Соціальні комунікації як інженерне вчення. Технологізація соціальних комунікацій. Масова комунікація в системі соціальних комунікацій. Стратегічний характер соціальних комунікацій. Соціальні комунікації – «судинна система» забезпечення суспільного зв'язку та впливу на суспільство (В. Різун).

Становлення та розвиток соціальнокомунікаційного вчення в Україні. Наукові погляди на соціальні комунікації (Г. Почепцов, В. Різун, О.Холод).

Література основна: 6, 9, 10, 12.

Література додаткова: 10, 17, 30, 32, 33.

Семінарське заняття № 4. Соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу. Проектна соціальнокомунікаційна діяльність

Література основна: 6, 9, 10, 12.

Література додаткова: 10, 17, 30, 32, 33.

Лекція 5. Соціальнокомунікаційні інститути: види, місце і роль в соціально комунікаційній взаємодії – 2 год.

Суб'єкти соціальних комунікацій. Інституціоналізація в соціальнокомунікаційній сфері: передумови, сучасний стан, тенденції розвитку. Соціальнокомунікаційні інститути: види, функції, особливості діяльності. Професіонали соціальних комунікацій. Соціальні групи в системі соціальних комунікацій. Інституціоналізація соціальнокомунікаційної взаємодії. Місце і роль СК-інституцій у вирішенні соціальних проблем сучасного суспільства.

Література основна: 6, 9, 10, 12.

Література додаткова: 10, 17, 31, 33.

Семінарське заняття №5. Соціальні інститути в системі соціальних комунікацій

Література основна: 3, 8, 10.

Література додаткова: 17, 27, 31, 33.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III.

Лекція 6. Правда як метакатегорія соціальних комунікацій: природа, сутність, форми існування – 2 год.

Місце і значення правди в соціальних комунікаціях. Проблема правди, її актуальність, гострота та масштаб у комунікаційному просторі. Правда як «жертва» інформаційних воєн (М. Маринович). «Розпад правди» та тенденції, що характеризують це явище в глобальному масштабі. Складники проблеми правди.

Правда як категорія в системі соціальних комунікацій і журналістики. Природа, сутнісні ознаки і властивості правди, що формують її як метакатегорію соціальних комунікацій. Апріорна комунікаційна природа правди. Правда абсолютна і правда релятивна: спільне та відмінне (“своя правда”, постправда, псевдоправда). Проблема принципу: правдивість чи об’єктивність?

Соціальнокомунікаційне визначення правди. Форми існування правди в соціальних комунікаціях. Правда мотиву, правда слова, правда дії, правда факту та їх взаємопов’язаність. Механізм дії правди. Наука правди. Важливість розуміння сутності та форм існування правди для встановлення та донесення правди в соціальних комунікаціях. Правдоцентричність як принцип соціальнокомунікаційної взаємодії.

Література основна: 4, 5, 7, 8.

Література додаткова: 3, 5, 8, 9, 13, 14, 15, 26, 29, 35.

Семінарське заняття №6. Проблема правди в соціальних комунікаціях та її складники.

Література основна: 4, 5, 7, 8.

Література додаткова: 3, 5, 8, 9, 13, 14, 15, 16, 23, 25, 26

Лекція 7. Функції, критерії категорії правди в соціальних комунікаціях та методи її верифікації – 2 год.

Функції правди в соціальнокомунікаційній взаємодії. Онтологічні, аксіологічні, соціальні функції правди. Функція-надмета. Функція констатації. Комплекс функцій морально-етичного регулювання. Функція правового регулювання. Функція соціально-ціннісного моніторингу. Априорна комунікаційна функція правди як метафункція в соціальних комунікаціях.

Критерії правди (онтологічні, аксіологічні) та їх роль у встановленні правди в реальній соціальнокомунікаційній взаємодії. Ідеальна модель правди та її складники. Роль духовної комунікації в механізмі дії правди. Рациональне й ірраціональне. Соціальний результат дії правди як метакатегорії СК

Література основна: 4, 5.

Література додаткова: 5, 8, 9, 14, 15, 16.

Семінарське заняття №7. Функції та критерії правди як метакатегорії соціальних комунікацій.

Література основна: 4, 5.

Література додаткова: 5, 8, 9, 14, 15, 16.

Лекція 8. Ефективність і соціальна спрямованість комунікацій. Ефекти та наслідки соціальнокомунікаційної взаємодії – 2 год.

Поняття ефективності та дієвості масової комунікації. Професійні засади та технології масовокомунікаційного впливу в соціальних комунікаціях.

Види комунікаційного впливу (масове зараження, масова сугестія, масова маніпуляція) . Засоби, методи, техніки комунікаційного впливу. Поняття «масовокомунікаційний ефект». Види ефектів масової комунікації. Міф як результат масової комунікації та їх роль і місце в соціальнокомунікаційній взаємодії. Соціальні наслідки міфотворчості. Правда як засіб руйнування міфів.

Література основна: 2, 8.

Література додаткова: 28, 31, 36.

Семінарське заняття №8. Ефекти масової комунікації в соціальнокомунікаційній діяльності

Література основна: 2, 8.

Література додаткова: 11, 28, 31, 36.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV.

Лекція 9. Сучасні тенденції розвитку науки про соціальні комунікації – 2 год.

Теорії та концепції соціальних комунікацій: становлення і розвиток СК-вчення. Ідеї про «електричний бум» М. Маклуена як концептуальне підґрунтя теорії соціальних комунікацій. Реальні соціальні комунікації як нереальні в теорії симулякрів Ж. Бодрійяра. Формулювання проблем соціальних комунікацій сучасності Н. Луманом. Загальна теорія соціальної дії Т. Парсонса як підґрунтя для аналізу соціальних комунікацій. Теорія «нової електронної культури» і трансформація соціальних комунікацій: К. Поппер і М. Кастельс. Соціальні комунікації як інтердисциплінарна система знань теорії Ю. Подгурецьки. Соціальні комунікації з позицій теорій медіа та масової комунікації в трактовці Т. Гобана-Класа. Комплексні моделі соціальної комунікації (Нью-Йоркський університет у Буффало, Вашингтонський університет). Бостонська школа соціальної комунікації (США). Освітня модель SCERTS: соціальна комунікація, емоційна

регуляція, підтримка транзакцій у теорії Б. Прайзента, Е. Везербі, Е. Рубін й Е. Лоран. Практична соціальнокомунікаційна діяльність «Hanen Centre» у корекції затримки мовлення дітей раннього віку за допомогою батьків (Торонтська школа соціальних комунікацій, Канада). Соціальнокомунікаційна модель болю в теорії К. Крейга (Ванкуверська школа соціальних комунікацій, Канада).

Учення про соціальні комунікації в системі соціальної інженерії: становлення, розвиток в Україні, наукові напрямки, школи та осередки (Київ, Харків). Співвіднесення соціальних комунікацій і соціального й комунікативного інжинірингу в працях Г. Почепцова. Концептуальні погляди В. Різуна на соціальні комунікації як інструмент соціального інжинірингу. Специфіка соціальних комунікацій в концепції О. Холода. Трансгресивна тенденція розвитку соціальних комунікацій у теорії В. Ільганаєвої. Організаційне формування теорії соціальних комунікацій в Україні.

Сучасний етап розвитку соціальнокомунікаційного вчення. Методологічна тенденція розвитку наукової галузі «Соціальні комунікації». Праксеологічна тенденція розвитку наукової галузі «Соціальні комунікації». Синергетична тенденція розвитку наукової галузі «Соціальні комунікації».

Література основна: 1, 2, 8, 12.

Література додаткова: 1, 10, 28, 30, 34.

Семінарське заняття №9. Сучасні комунікаційні тренди.

Література основна: 1, 2, 8, 12.

Література додаткова: 1, 10, 28, 30, 34.

Лекція 10. Методологічні засади розвитку науки про соціальні комунікації – 2 год.

Організація наукових досліджень в галузі соціальних комунікацій. Соціальнокомунікаційний підхід як основа СК-досліджень (В. Різун).

Складники соціальнокомунікаційного підходу. Критерії соціальнокомунікаційного підходу (В. Корнєєв). Фіксація, моніторинг, опис, аналіз та інтерпретація як методи соціальнокомунікаційних досліджень. Поняття про типологізований об'єкт досліджень соціальних комунікацій. Прикладні аспекти соціально комунікаційних досліджень. Фундаментальні та прикладні соціально комунікаційні дослідження: специфіка впровадження наукових результатів.

Семінарське заняття №10. Методологія соціальнокомунікаційних досліджень..

Література основна: 3, 9, 10.

Література додаткова: 2, 6, 27, 32.

Семінарське заняття №11. Проєктна комунікація. Обговорення проєктів.

Література основна: 3, 9, 10.

Література додаткова: 2, 6, 27, 32.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	М 1		М 2		М 3		М4	
		кіл-кість одиниць	Максимальна кіл-ть Балів	Кіл-кість одиниць	Максимальна кіл-ть балів	кіл-кість одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кіл-кість одиниць	Максимальна кіл-ть балів
Відвідування лекцій	1	3	3	3	3	2	2	2	2
Відвідування семінарських занять	1	3	3	2	2	3	3	3	3
Робота на семінарському занятті	10	3	30	2	20	3	30	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	1	5	1	5	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом:			71		55		65		70
Максимальна кіл-кість балів	261								
Розрахунок коефіцієнта	$60/261=0,23$								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Самостійна робота 1 (5 б.)

1. Знати визначення термінів: “комунікатор”, “комунікант”, “комунікація”, “спілкування”, “інтенція”, “інформаційна інтенція”, “комунікативна інтенція”, “масове наслідування”, “масовокомунікативне зараження”, “навіювання (сугестія)”, “масовокомунікативне навіювання”, “масовокомунікативна маніпуляція”, “рефлексія”, “масова рефлексія”, “масовокомунікативна регуляція”, “масова саморегуляція”, “комунікація”, “спілкування” – 2 год.

2. Опрацювати розділ III наукового видання О. Федик «Мова як духовний адекват світу (дійсності)». Виділити головні думки і тези. Поміркувати над тим, як отримана інформація може впливати на масово-інформаційну та соціальнокомунікаційну діяльність та реалізуватися в соціальній роботі. – 2 год.

3. Знайти і виписати висловлювання про мову, слово у Тараса Шевченка, Лесі Українки, Івана Франка, Ліни Костенко, інших відомих особистостей (за Вашим вибором, сумарно не менше 7 авторів). – 1 год.

Самостійна робота 2 (5 б.)

1. Виписати та вивчити визначення термінів: “масовий”, “маса”, “дискурс”, “модель”, “структура”, “система”, “риторика”, “філософія”, “логіка” – 2 год.

2. Обрати соціально важливу тему для соціальнокомунікаційного проекту (орієнтовний зразок структури проекту подано в Додатку – див. нижче). Визначитися з напрямком, назвою, термінами, етапами роботи над проектом. Виконати п.1 та п.2 проекту (відповідно до Додатку), подавши загальні відомості та описавши характеристики проекту – 3 год.

Самостійна робота 3 (5 б.)

1. Виписати та вивчити визначення термінів: “піар-технології”, “спічрайтерство”, “перформанс”, “психотерапія” – 2 год.

2. Визначити соціальні інститути, які будуть задіяні у Вашому СК-проекті, описати, яку роль вони виконуватимуть в процесі реалізації проекту, та розробити схему взаємодії соціальнокомунікаційних інституцій в межах реалізації проекту. Скласти програму взаємодії з однією з цих інституцій. Подати алгоритм та зміст взаємодії. Вказати, якого результату очікуєте у взаємодії саме з цією інституцією – 6 год.

3. Виконати п.3. проекту (відповідно до Додатку). Визначити складні питання та скласти план дій щодо їх вирішення – 2 год.

Самостійна робота 4 (5 б.)

1. Знайти в медіях інформацію щодо теми СК-проекту (в одному або кількох джерелах) та проаналізувати на предмет правди мотиву (ПМ), правди слова (ПС), правди дії (ПД), правди факту (ПФ). Обґрунтувати власну позицію, вказати, за якими критеріями Ви визначали правду-неправду. Що при цьому складало для Вас певні труднощі (які саме?), як Ви їх вирішували (чи вдалося вирішити?), яких складників аналізу Вам не вистачало? – 6 год.

2. Здійснити аналіз власного СК-проекту на предмет дотримання правди мотиву, правди слова, правди дії, правди факту в процесі його розробки та реалізації. Продумати і описати, яким чином Ви плануєте забезпечити дотримання правди на всіх етапах реалізації проекту. – 2 год.

3. Виконати п.4. проекту (відповідно до Додатку). – 2 год.

Самостійна робота 5 (5 б.)

1. Виписати головні ефекти масової комунікації та охарактеризувати кожен з них. – 2 год.

2. Визначити та описати ефекти масової комунікації, яких Ви прагнете досягти в процесі реалізації Вашого проєкту – як в кінцевому результаті, так і на проміжних етапах реалізації. Указати роль кожного ефекту в досягненні загального результату проєкту. – 1 год.

3. Виконати п.5 проєкту відповідно до Додатку. – 2 год.

Самостійна робота 6 (5 б.)

1. Описати методи соціальнокомунікаційних досліджень, які застосовувалися при розробці СК-проєкту (фіксація, моніторинг, опис, аналіз та інтерпретація) та які результати отримані в результаті їх застосування. – 2,5 год.

2. Виконати п.6 проєкту відповідно до Додатку. – 2,5 год.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Кожна самостійна робота оцінюється від 1 до 5 балів. Максимальне розкриття питання та виконання практичних завдань гарантує студентові отримання високої оцінки, що буде врахована у загальний рейтинг під час складання навчальної дисципліни на сесії. Не виконана (не подана) робота та/або несамотійно виконана (академічна недоборочесність) оцінюється в 0 балів.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- викладення власної позиції, думок, аналізу;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді;
- належне оформлення роботи.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульний контроль проводиться у формі тестування (МКР-1, МКР-2, МКР-3) та захисту соціальнокомунікаційного проекту (МКР-4).

Тестове опитування з кожного змістового модуля (ЗМ 1-3) містить по 25 питань, що дозволяють виявити рівень оволодіння теоретичними знаннями за тематикою відповідного змістового модуля.

Приклади тестових запитань:

Модульна контрольна 1

1. Оберіть найбільш точне визначення: Спілкування – це...

1. система дій при рівноправних взаєминах (взаємодії) “суб’єкт—суб’єкт”;
2. проста реакція на інших людей, що є суб’єктами спілкування;
3. проста дія, спрямована на інших людей, які виступають у ролі об’єктів дії;
4. проста дія, спрямована на інших людей, і проста реакція на інших людей, що є суб’єктами спілкування;
5. проста дія, спрямована на інших людей, які виступають у ролі об’єктів дії, проста реакція на інших людей, що є суб’єктами спілкування, або система дій при рівноправних взаєминах (взаємодії) “суб’єкт—суб’єкт”.

Модульна контрольна 2

1. Соціальна комунікація як система:

1. частково організована, передбачає комунікаційну мету та маніпулятивне інформаційне виробництво заради досягнення комунікаційної мети
2. передбачає організацію комунікаційної взаємодії під конкретну комунікаційну мету поза морально-етичними засадами
3. завжди організована, має свої форми, передбачає інформаційне виробництво, морально-етичні засади, правову основу

Модульна контрольна 3

1. Правда як категорія соціальних комунікацій – це:

1. відносна категорія, що визначається інтерпретацією реальності комунікантом
2. метакатегорія практичного оперування в умовах соціальнокомунікаційної взаємодії, спрямована на гармонізацію суспільних відносин, яка має метафізичну природу та відповідні їй сутнісні ознаки, характеристики і властивості, що формують систему функцій і критеріїв, головна властивість якої – відображати сутність речей і бути мірилом відповідності дійсності в соціальних комунікаціях і журналістиці
3. те, що реально існує, достовірний факт

Критерії оцінювання МКР 1-3 (тестове опитування):

Критерієм оцінювання тестових модульних контрольних є правильна та/або найбільш повна відповідь на поставлене запитання. Кожне правильне питання тесту оцінюється 1 балом. Максимальна кількість балів – 25, що відповідає кількості питань у тестовому опитувальнику.

Модульна контрольна 4.

Модульний контроль після завершення четвертого змістового модуля проводиться у форматі захисту студентами соціальнокомунікаційних проєктів (СК-проєкт), що передбачає: 1) презентацію кожним студентом власного соціальнокомунікаційного проєкту; 2) запитання-відповіді щодо презентованого проєкту; 3) обговорення презентованих проєктів. Це дозволяє виявити здатність студентів застосовувати отримані під час оволодіння дисципліною теоретичні знання в практиці соціальнокомунікаційної взаємодії та навички ефективної комунікації.

Зокрема, під час захисту соціальнокомунікаційних проєктів виявляється рівень засвоєння знань, розуміння термінів і СК-процесів та здатність і

навички застосовувати отримані знання в практичній соціальнокомунікаційній взаємодії.

Модульна контрольна (СК-проект) оформляється за наданим зразком (Додаток) і подається на оцінювання не пізніше, ніж за 5 діб до визначеної дати захисту.

Захист СК-проектів відбувається за таким порядком: кожен студент презентує виконаний проект і відповідає на запитання присутніх. Час на презентацію проекту – 5 хвилин, на запитання і відповіді – 5 хвилин. Після презентації та запитань-відповідей відбувається обговорення проекту. Час на обговорення – 5 хвилин.

Після завершення презентацій проектів та їх обговорення підводиться підсумок та оголошуються бали, отримані за кожен проект, що враховуються за модульну контрольну роботу 4.

Модульна контрольна оцінюється максимально в 25 балів, з яких – 15 балів – виконання та презентація СК-проекту, 5 балів – участь у блоці запитань щодо СК-проектів, 5 балів – участь в обговореннях СК-проектів

Критерії оцінювання МКР 4 (СК-проект):

Соціальнокомунікаційний проект оцінюється за такими критеріями:

- соціальна значимість теми проекту;
- повнота і ґрунтовність розробки проекту, його викладу;
- логічність, структурованість проекту та його презентації;
- якість розробки соціальнокомунікаційної складової;
- термінологічна коректність;
- здатність застосовувати знання, методи, засоби, технології комунікаційного впливу;
- здатність ставити комунікаційні цілі та прогнозувати соціальні результати;
- здатність розрізняти масовокомунікаційні ефекти та застосовувати їх для досягнення комунікаційних цілей;

- здатність аналізувати, ставити запитання з теми, висловлювати свою позицію в обговореннях;
- здатність вільно та професійно комунікувати;
- володіння нормами літературної мови як усної, так і письмової;
- якість оформлення роботи, відповідність вимогам.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів із курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» відбувається у формі тестування. 1 питання – 1 бал. 40 питань – 40 балів.

ПРОГРАМА ІСПИТУ

з дисципліни «Теорія та історія соціальних комунікацій»

Курс	2
Спеціальність	231 Соціальна робота
Освітня програма	231.00.04 Соціальна адвокація
Форма проведення	Комплексний іспит – тестові питання
Тривалість проведення	1 година 20 хвилин
Максимальна кількість балів	40 балів (відповіді на тестові питання)
Критерії оцінювання	40 тестових питань = 40 балів (1 питання – 1 бал)
Перелік допоміжних матеріалів	Див. список джерел та літератури навчальної програми дисципліни «Теорія та історія соціальних комунікацій»
Орієнтовний перелік питань	Приклад тестового питання: 1. Що «інформація є атрибутом усієї матерії», у живій та неживій природі, осягнена чи неосягнена людством, вважають послідовники: а) соціологічного підходу до інформації;

	б) атрибутивного підходу до інформації; в) функціонального підходу до інформації; г) антропологічного підходу до інформації. 2. Хто з науковців є автором визначення: «Соціальні комунікації — це шляхи, способи, мережі, канали, засоби зв'язку між соціальними інститутами та споживачами соціальної інформації, що разом утворюють суспільну комунікаційну систему, яка функціонує за законами спілкування»? 1. В. Різун 2. О. Зернецька 3. З. Фрейд 4. Г. Почепцов 5. Д. Ольшанський
--	--

6.5. Орієнтовний перелік питань для підготовки до семестрового контролю з дисципліни «Теорія та історія соціальних комунікацій»

1. Дати визначення поняттю «інформація».
2. Охарактеризувати атрибутивну і функціональну теорії інформації.
3. Проаналізувати тлумачення інформація в різних науках.
4. Різне розуміння інформації в біології (генетика, інстинкт тощо), гуманітаристиці й математиці (кількісні показники).
5. Як ви розумієте твердження: Інформація – комунікація і зв'язок, у процесі якого усувається невизначеність (Клод Шеннон)?
6. Як ви розумієте ланцюжок: Джерело інформації – канал зв'язку – приймач інформації (К. Шеннон)?
7. У чому полягає проблема інформаційного вибору?

8. Проаналізувати українське законодавство про поняття «інформація». Недосконалість визначень.
9. Проаналізувати залежність швидкості суспільних перетворень від інтенсивності інформаційних обмінів.
10. Охарактеризувати трибкоподібне збільшення інформації в інформаційному суспільстві. Інформаційний вибух.
11. Охарактеризувати аспекти і параметри інформації.
12. Назвати інформаційні ресурси (запаси), їх незнищенність, висока потенційна інтелектуальна вартість.
13. Назвати якісні параметри інформації, їх суб'єктивність.
14. Проаналізувати потребу в передачі інформації від покоління до покоління (культура).
15. Дати визначення поняттю «соціальна (масова) інформація».
16. Проаналізувати суб'єктивність соціальної інформації.
17. Назвати параметри соціальної інформації.
18. У чому полягає цінність інформації?
19. Проаналізувати реальність і нереальність інформації.
20. Охарактеризувати знакову і незнакову інформацію.
21. Охарактеризувати вербальну і невербальну інформацію.
22. Проаналізувати доступність мас до інформації.
23. Охарактеризувати інформаційні шуми.
24. Проаналізувати соціальне спотворення інформації.
25. Охарактеризувати організовану й неорганізовану (немасова) інформація.
26. Охарактеризувати вертикальну і горизонтальну передачу інформації.
27. Проаналізувати інформацію в журналістиці (мас-медіа).
28. Назвати інформаційні ефекти мас-медіа.
29. Охарактеризувати інформаційні запити.
30. Дати визначення поняттю «комунікація».

31. Пояснити інтерсуб'єктність, діяльний характер, навчання («мистецтву») комунікації.
32. Охарактеризувати комунікативні знаки чотирьох видів: словесні, кінетичні, музичні, графічні.
33. Проаналізувати значення мови як основної форми комунікування.
34. Проаналізувати схеми комунікації Г.Д. Лассвелла.
35. Проаналізувати схеми комунікації К. Шеннона і В. Вівера.
36. Охарактеризувати абсолютизацію каналу передачі в теорії Г.М. МакЛюена.
37. Проаналізувати інтертекстуальність як «цитатну мозаїку», прямі й опосередковані посилання на чужі тексти (Ю. Крістева).
38. Проаналізувати консенсуальну взаємодію самоорганізованих систем (У. Матурана).
39. Назвати складники комунікаційних актів.
40. Проаналізувати цілі комунікації та потреби людини.
41. Проаналізувати зв'язок комунікації з пірамідою потреб А. Маслоу.
42. Назвати функції комунікації.
43. Проаналізувати модель комунікативних функцій Р. Якобсона.
44. Дати визначення поняттям «мовний вплив» і «мовна взаємодія».
45. Проаналізувати міжособистісну комунікацію.
46. Проаналізувати недоліки й переваги невербальної комунікації.
47. Пояснити значення вербального спілкування як найуніверсальнішого способу і найбільш дослідженого різновиду комунікації.
48. Пояснити значення мовлення як частини комунікативної культури й культури загалом.
49. Назвати мовно-культурні системи.
50. Пояснити значення мас як натовпу, публіки, гетерогенної системи, аудиторії мас-медіа.
51. Пояснити значення маси як продукту машинної техніки і «надорганізованого» бюрократичного суспільства (Карл Маннгейм).

52. Проаналізувати теорію атомізму (мас, аудиторії).
53. Проаналізувати теорію лідерів думок.
54. Охарактеризувати принципову гетерогенність мас.
55. Назвати три закони схеми поширення ідей в акті комунікації: повторюваність, протиставлення, пристосування.
56. Проаналізувати проблему пасивності й активності мас.
57. Охарактеризувати потребу масової комунікації в момент, коли міжособистісна комунікація вже не справлялася з завданнями.
58. Назвати ефекти мас-медіа.
59. Проаналізувати ключову роль комунікаторів у впливі на маси.
60. Прокоментувати вплив комунікатора на характер і зміст інформації.
61. Проаналізувати вплив на маси через актуальність і регулярність впливу.
62. У чому полягає єдина роль діяльності мас-медіа?
63. Назвати причини звернення реципієнтів до мас-медіа.
64. Проаналізувати масові реакції на журналістські виступи.
65. Назвати чинники формування суспільної думки з боку мас-медіа.
66. Охарактеризувати стратегію впливу на маси.
67. У чому полягає неоднозначне тлумачення ефектів масової комунікації, їх критеріїв, способів визначення й досягнення?
68. Дати визначення поняттям «дезінформація», «порушення правових і етичних норм».
69. Охарактеризувати стратегію ефективного отримання інформації.
70. Назвати параметри масової комунікації.
71. Пояснити зростання ролі масової комунікації з переходом до інформаційного суспільства.
72. Назвати професійних комунікаторів.
73. Охарактеризувати масовість і анонімність аудиторії масової комунікації.
74. Проаналізувати односторонність повідомлень у масовій комунікації.
75. Охарактеризувати неособисте спілкування в масовій комунікації.

- 76.Охарактеризувати інтенсивний обмін великою кількістю інформації у масовій комунікації.
- 77.Проаналізувати масову комунікацію як історичний процес культуруоуспадкування.
- 78.Проаналізувати масову комунікацію як сукупність знань, цінностей і норм.
- 79.Проаналізувати комерційний характер масової комунікації.
- 80.Проаналізувати масову комунікацію як обмін інформацією між складними динамічними системами.
- 81.Проаналізувати масову комунікацію як процес обміну продуктами психічної діяльності.
- 82.Назвати перепони для процесу масової комунікації.
- 83.Назвати передумови для масовокомунікаційного процесу.
- 84.Проаналізувати інформаційну функція масової комунікації.
- 85.Проаналізувати функцію синхронізації життя суспільства у часі та просторі.
- 86.Проаналізувати схеми соціалізації індивідів.
- 87.Проаналізувати схеми саморегуляції суспільства, його груп, осіб.
- 88.Проаналізувати схеми соціального контролю.
- 89.Проаналізувати схеми збереження людських цінностей та інститутів у єдності з соціальною сферою.
- 90.Проаналізувати схеми посередника між людиною і суспільством.
- 91.Проаналізувати схеми кореляції (між реальністю та її відтворенням у медіа).
- 92.Проаналізувати схеми програмування (творення символів і стереотипів).
- 93.Проаналізувати схеми гри (рекреативна).
- 94.Проаналізувати схеми задоволення в отриманні вузькопрофільної інформації.

95. Проаналізувати схеми ескапізму (розрядка напруги, відволікання від повсякденних проблем, повсякденності загалом).
96. Проаналізувати схеми задоволення психічних і соціальних потреб людини.
97. Проаналізувати схеми передачі культурних засад (пізнавально-культурологічна функція).
98. Проаналізувати схеми особистісної ідентифікації.
99. Проаналізувати мобілізаційну функцію масової комунікації.
100. Проаналізувати схеми управління самоспостереженням за суспільною системою (Н. Луман).
101. Проаналізувати схеми формування уявлення про світ і суспільство, на які орієнтується саме суспільство.

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

Разом: 120 год., з них лекційних – 20 год., семінарські заняття – 22 год., модульний контроль – 8 год., семестровий контроль – 30 год., самостійна робота – 40 год.

Тиждень	1			2		
Модуль	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II		
Назва модуля	Інформація та комунікація в суспільно-історичному розвитку			Соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу		
Лекції	1	2	3	4	5	
Теми лекцій	Поняття про інформацію та комунікацію. Етапи розвитку та види комунікації 1 бал	Конститууюча природа комунікації. Комунікаційне виробництво 1 бал	Маси і масова свідомість в процесі соціальних комунікацій 1 бал	Соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу 1 бал	Соціальнокомунікаційні інститути: види, місце і роль в СК- взаємодії 1 бал	
Теми семінарських занять	Властивості, вимірювання та оцінювання інформації 10+1 бал	Слово, мова, мовлення в системі комунікацій 10+1 бал	Масова комунікація. Масовий комунікаційний вплив. Масова свідомість 10+1 бал	Соціальні комунікації в системі CI. Проектна СК- діяльність 10+1 бал	Соціальні інститути в системі соціальних комунікацій 10+1 бал	
Самостійна робота	10 балів			5 балів		
ІНДЗ						
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 25 балів			Модульна контрольна робота 2 25 балів		
Кількість балів за модуль	70 балів			65 балів		
Тиждень	3			4		
Модуль	Змістовий модуль III			Змістовий модуль IV		
Назва модуля	Правда як метакатегорія соціальних комунікацій: природа, сутність, форми існування, функції та критерії			Соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу		
Лекції	6	7	8	9	10	
Теми лекцій	Правда як метакатегорія соціальних комунікацій: природа, сутність, форми існування 1 бал	Функції та критерії метакатегорії правди в СК і методи її верифікації 1 бал	Ефективність і соціальна спрямованість комунікації. Правдоцентричність як принцип 1 бал	Сучасні тенденції розвитку науки про соціальні комунікації 1 бал	Методологічні засади розвитку науки про соціальні комунікації 1 бал	
Теми семінарських занять	Проблема правди в соціальних комунікаціях та її складники 10+1 бал	Функції та критерії правди як метакатегорії соціальних комунікацій 10+1 бал	Ефекти масової комунікації в соціальнокомунікаційній діяльності 10+1 бал	Сучасні комунікаційні тренди 10+1 бал	Методологія СК- досліджень 10+1 бал	Проектна комунікація. Обговорення проектів 10+1 бал
Самостійна робота	5 балів			10 балів		
ІНДЗ						
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 25 балів			Модульна контрольна робота 4 25 балів		
Кількість балів за модуль	55 балів			70 балів		
Підсумковий контроль	Іспит					

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні

- 1.Іванов, В. Ф. (2010). *Основні теорії масової комунікації і журналістики : Навчальний посібник*. Київ : АУП; ЦВП.
- 2.Квіт, С. (2018) *Масові комунікації*, 2-е вид. випр. і доп. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія».
- 3.Корнєєв, В. М. (2016). *Актуальний стан і перспективи розвитку наукових досліджень соціальних комунікацій в Україні : монографія*. Київ : Паливода А. В.
- 4.Почепцов, Г. Г. (2010б). Соціальні комунікації і нові комунікативні технології. *Комунікація*, 1, 19–26.
- 5.Різун, В. В. (2003). *Маси : Текст лекцій*. Київ: ВПЦ «Київський університет».
- 6.Різун, В. В. (2008). *Теорія масової комунікації : підручник*. Київ : ВЦ «Просвіта».
- 7.Різун, В. В. (2012). Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. *Психолінгвістика*, 10, 305-314. Відновлено з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2012_10_44
- 8.Федик, О. (2000). *Мова як духовний адекват світу (дійсності)*. Львів: Місіонер.
- 9.Холод, О. М. (2018). *Соціальні комунікації: тенденції розвитку : Навчальний посібник*. Київ: Видавництво «Білий тигр». Відновлено з: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4189/1/%D0%A5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%20%D0%9E.%D0%9C.%20%D0%A1%D0%BE%D1%86.%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC.%20%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4.%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83.PDF>

Додаткові

- 1.Бакулев, Г.П. (2005). Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов. Москва : Аспект Пресс.
- 2.Бориснёв, С.В. (2003). Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. Москва : ЮНИТИ-ДАНА,
- 3.Бодрийяр, Жан. (2016). Симулякры и симуляція. Пер. О.А. Печенкина. Москва : Рипол Классик.
- 4.Бодрийяр, Жан. (2020). Система вещей. Пер. с фр. С. Зенкина. Москва : Рипол Классик.
- 5.Вайнберг, Р. (2017, Листопад 6). *Чому об'єктивна журналістика – це оманлива і шкідлива ілюзія?* Відновлено з: https://texty.org.ua/articles/80661/Chomu_objektyvna_zhurnalistyka_ce_omanlyva_i-80661/
- 6.Вебер, М. (1998). Соціологія Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. О. Погорілого. Київ : Основи,. Відновлено з <http://litopys.org.ua/weber/wbs.htm>
- 7.Винтерхофф-Шпурк, Петер. (2016). Медиапсихология. Основные принципы. Харьков : Гуманитарный центр.
- 8.Лишаев, С. А. (2006). «Правда» и «истина» (языковая концептуализация мира и тематическое своеобразие русской философии). *Вестник Самарской гуманитарной академии : Философия. Филология, 1(4),173-210.*
- 8.Лось, Й. Д. (1999). Правда слова. *Публіцистика і тенденції розвитку світу.* Відновлено з: URL: http://old.journ.lnu.edu.ua/publications/publicystyka01/Publicystyka_P1_01_Los.pdf (17 серпня 2019).
- 9.Лось, Й. Д. (2004). Журналістика перед новим викликом. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика, 25, 18-43.*

- 10.Луман, Н. (2005). *Реальность массмедиа*. А. Ю. Антоновский (пер. с нем.). Москва: Праксис.
11. Кара-Мурза С. Г. (2003). Манипуляция сознанием. Киев: Оріяни.
- 12.Маринович, М. (2018). Ми впритул наблизилися до Армагеддона... *Obozrevatel.ua*. Відновлено з: www.obozrevatel.com/ukr/society/mi-vpritul-nablizilisya-do-armaeddona.htm
- 13.Михайлин, І. Л. (2007). Об'єктивність і правда в журналістиці. *Культура народів Причорномор'я*, 101, 131-134. Відновлено з URI: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/77496>
14. Петренко, С. І. (2020а). Правда в системі категорій соціальних комунікацій і журналістики. *ResearchGate*. DOI: [10.13140/RG.2.2.24296.29444](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.24296.29444)
15. Петренко, С. І. (2021). Правда як соціальнокомунікаційна категорія журналістики. *ResearchGate*. DOI: [10.13140/RG.2.2.25776.07688](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25776.07688)
16. Петренко, С. І. (2019). Правда мотиву, правда слова, правда дії, правда факту в площині соціальнокомунікаційної взаємодії. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*, 16. Відновлено з: https://www.researchgate.net/publication/346446700_PRAVDA_MOTIVU_PRAVDA_SLOVA_PRAVDA_DII_PRAVDA_FAKTU_V_PLOSINI_SOCIALNOKOMUNIKACIUNOI_VZAEMODII
- 17.Петренко, С. І. (2020б). Правда як категорія в системі філософських категорій з позицій соціальнокомунікаційного підходу. *ResearchGate*. DOI: [10.13140/RG.2.2.31660.90245](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31660.90245)
- 18.Петренко, С. І. (2020в). Правда як поняття в історіографічному дискурсі з позицій соціальнокомунікаційного підходу: категорійні властивості й функції, співвіднесеність з поняттям «істина». *Наукові записки Інституту журналістики*, 2(77), 22-42. Відновлено з: <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2020.77.2>

19. Почепцов, Г. Г. (2010а). *Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей*. Київ: Альтерпрес.
21. Почепцов, Г. Г. (2016а). Как создаются иллюзии: тоталитарное счастье. *Детектор медиа : Media Sapiens*. Восстановлено с: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/17116/2016-07-31-kak-sozdayutsya-illyuzii-totalitarnoe-schaste/>
22. Почепцов, Г. Г. (2016б). Как строятся иллюзии: вожди, политика и демократия. *Детектор медиа : Media Sapiens*. Восстановлено с: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/17033/2016-07-17-kak-stroyatsya-illyuzii-vozhdi-politika-i-demokratiya/>
23. Почепцов, Г. Г. (2016в). *Смисли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах*. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія».
24. Почепцов, Г. Г. (2016г). *Сучасні інформаційні війни*. (Вид. 3-тє, доповн. та переробл.). Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія».
25. Почепцов, Г. Г. (2017). Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія».
26. Різун, В. В. (2008а). Правда і кривда: історія взаємин. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия: Филология. Социальная коммуникация*, 21(60), 1, 231-241.
27. Різун, В. В. (2013б). До постановки наукової проблеми про особливий статус медіакомунікацій (масового спілкування) в системі соціальних комунікацій. *Діалог : Медіа-студії*, 16, 258-267. Відновлено з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dialog_2013_16_33
28. Терин, В. П. (2000). *Массовая коммуникация: исследование опыта Запада*: 2-е изд., перер. и доп. Москва. Режим доступа: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Terin/

- 29.Хамитов, Н. В. (Ред.). (2011). *Философская антропология: словарь*. Киев: КНТ. Восстановлено с: <http://aphy.net/student-philosophy/43-materials/565-khamitov-philosophical-anthropology-dictionary>
- 30.Холод, О. М. (Б.Д.). *Формування концепцій соціального інжинірингу*. Відновлено 3: https://www.academia.edu/32102448/%D0%A4%D0%9E%D0%A0%D0%9C%D0%A3%D0%92%D0%90%D0%9D%D0%9D%D0%AF_%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%A6%D0%95%D0%9F%D0%A6%D0%86%D0%99_%D0%A1%D0%9E%D0%A6%D0%86%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%9E%D0%93%D0%9E_%D0%86%D0%9D%D0%96%D0%98%D0%9D%D0%86%D0%A0%D0%98%D0%9D%D0%93%D0%A3
- 31.Холод, О. М. (2012). *Комунікаційні технології : підручник*. Київ: КиМУ.
- 32.Холод, О. М. (2013). Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі "соціальні комунікації". *Психолінгвістика*, 12, 286-293. Відновлено з: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/psling_2013_12_42.pdf (27.01.2020).
- 33.Холод, О. М. (2016). Постулати соціального інжинірингу (або специфіка формування концепцій соціального інжинірингу, соціальних комунікацій і комунікаційних технологій у працях Г. Почепцова, В. Різуна й О. Холода). *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 4 (28), 28-39.
- 34.Шинкарук, В. І. (Ред.). (2002). *Філософський енциклопедичний словник*. Київ: Абрис.
- 35.Шульц, В. (2007). Процес комунікації. *Публіцистика. Масова комунікація. Медіа-енциклопедія*. (С. 619–646). Київ: АУП, ЦВП.