

МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра філософії та соціології



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

НДПП 1.2.1 СОЦІОЛОГІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

(шифр і назва навчальної дисципліни)

галузь знань _____ 05 Соціальні та поведінкові науки _____

(шифр і назва напрямку підготовки)

спеціальність _____ 054 Соціологія _____

(шифр і назва спеціальності)

інститут, факультет, відділення _____ Історичний факультет, денне відділення _____

(назва інституту, факультету, відділення)

Маріуполь
2020-2021 рік

Робоча програма з навчальної дисципліни «Соціологія масової комунікації» для студентів за напрямом підготовки 054 Соціологія ОС «Бакалавр», денної та заочної форми навчання.

Розробники:

Слющинський Б.В., д.соц.н., професор кафедри філософії та соціології

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри філософії та соціології МДУ

Протокол від «27» серпня 2020 року № 1

Завідувач кафедри філософії та соціології



Слющинський Б.В.

(підпис) (прізвище і ініціали)

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів 5	Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки	Дисципліна професійної підготовки	
Модулів – 3	Спеціальність: 054 Соціологія	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 3		4-й	4-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання за вибором студента		Семестр	
Загальна кількість годин – 150		2-й	2-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: 4 аудиторних – 60 самостійної роботи студента – 88	Освітнього ступеня: бакалавр	30 год.	10
		Семінарські	
		30 год.	10
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		88 год.	116
		Індивідуальні завдання:	
		2год.	4год.
Вид контролю: екзамен			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання – 60/90 годин (40/60%)

для заочної форми навчання – 20/130 годин (13/87%)

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Робоча навчальна програма з дисципліни «Соціологія масової комунікації» є нормативним документом Маріупольського державного, який розроблено кафедрою філософії та соціології на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 054 «Соціологія» відповідно до навчального плану денної форми навчання.

Робоча навчальна програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студенти відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Соціологія масової комунікації», необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Мета курсу:

Курс «Соціологія масової комунікації» покликаний формувати теоретичну базу спеціаліста, тому метою його вивчення є оволодіння студентами головним термінологічним апаратом, формування уявлень про фундаментальні положення соціології масової комунікації як специфічної наукової галузі. Головне завдання курсу полягає в тому, щоб дати загальні уявлення про специфіку масової комунікації як соціального інституту, її функції та роль в житті суспільства.

Завданням курсу є:

- формування знань про сучасні тенденції розвитку соціології масової комунікації;
- характеристика масової комунікації як соціального інституту;
- формування умінь і навичок соціологічного дослідження учасників комунікативного процесу.

Місце курсу в системі гуманітарних, філософських, соціальних та інших дисциплін.

Нормативний курс «Соціологія масової комунікації» є професійно орієнтованою дисципліною освітньо-професійної програми підготовки фахівця за відповідним освітньо-кваліфікаційним рівнем «Бакалавр» для студентів спеціальності — «Соціологія».

Міжпредметні зв'язки. —«Соціологія масової комунікації» є обов'язковим курсом із фахових дисциплін. При цьому використовує поняття філософії, соціології, естетики, потребує звернення до історії та психології.

Під час семінарських занять та самостійної роботи студенти набувають комплекс умінь і навичок:

Вимоги до знань студентів:

Студент повинен знати:

- основні етапи розвитку масової комунікації;
- учасників комунікативного процесу;
- особливості масової комунікації в пострадянському, європейському та загальносвітовому просторі як соціального інституту та її роль у формуванні громадської думки в суспільстві;
- специфічний зв'язок ЗМК і видавничої справи;
- принципи, методи інформаційної війни і способи протидії інформаційним атакам;
- соціологічні методи дослідження масової комунікації.

Вимоги до умінь і навичок студентів.

Студент повинен вміти:

- характеризувати засоби масової комунікації як соціальну підсистему;
- виявляти ознаки масової культури у пресі;
- розпізнавати і моделювати архетипні образи у медіа текстах;
- проводити соціологічні дослідження засобів масової комунікації;
- досконало проводити дослідження за допомогою методів анкетування, моніторингу, контент-аналізу.

Вивчення навчальної дисципліни сприяє:

- формуванню загальних компетентностей випускника (КЗ-3; КЗ-4; КЗ-6; КЗ-7; КЗ-8);
- формуванню спеціальних (фахових, предметних) компетентностей (КП-1; КП-2; КП-3; КП-5; КП-9; КП-10);
- отриманню результатів навчання (РН-4; РН-11; РН-15).

3. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Масова комунікація і суспільство

Тема I. Масова комунікація: теорія та історія

Генетична та оперативна інформація у первісному суспільстві. Нові соціальні інститути і продукування інформації у Середньовіччі. Масова комунікація в індустріальну епоху. Стадії розвитку суспільства за О. Тоффлером. Інформаційне суспільство. Міжособистісна та масова комунікації. Модель масової комунікації Р. Лассвела. Соціологія масової комунікації як наука.

Тема II. Громадська думка

Поняття «громадська думка», її визначальні характеристики. Етапи розвитку громадської думки. Вплив мас-медіа на громадську думку. Засоби масової комунікації і PRструктури. Моделювання соціальної реальності за допомогою ЗМК і теорія К. Г. Юнга.

Тема III. Вплив мас-медіа на суспільство: міфи і реальність

Вплив телепередач на активацію людини. Медіанасильство. Аналіз демонстрації насильства на телебаченні Джорджа Гербнера. Дослідження рівня медіа насильства у різних країнах. Гіпотези соціологів щодо впливу телебачення на агресивну поведінку людини. Страх і мас-медіа.

Тема IV. ЗМК і масова культура

Вплив ЗМК на формування масової культури суспільства. Поняття «Свобода слова». Інформаційні протиріччя та інформаційні війни. Замовні матеріали в ЗМК та їх вплив на суспільство. Регуляція ціннісних орієнтацій та норм поведінки через ЗМК. «Основні» та «неосновні» СМК. Обмеження кількості друкованих ЗМК в регіонах країни?

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Засоби масової комунікації і держава

Тема V. ЗМК і держава

Вплив держави на ЗМК. Свобода слова в мас-медіа. Поняття «Свобода слова». Норми міжнародного та українського права про свободу слова. Історичні форми стосунків ЗМІ і держави. Дослідження міжнародної правозахисної організації Freedom House свободи слова у світі. Темники у ЗМІ. Замовні матеріали у ЗМІ. Інформаційна війна: принципи і методи. Форми протидії інформаційним атакам.

Тема VI. Архетипні патерни політичної риторики у мас-медіа

Моделювання соціальної реальності за допомогою ЗМК і теорія К. Г. Юнга. Архетипні образи у медіатексті. Архетипні патерни політичної риторики у мас-медіа. Обмеження неконтрольованого наростання і розмноження семіотичних структур (текстів, дискурсів, інформаційних потоків), яке зараз йде в геометричній прогресії і може мати фатальні, непередбачувані наслідки. Тим паче, що напрям цього розвитку спрямований на реалізацію архетипного ідеалу всевідання і всюдисущості. Ідеалу, який, на нашу думку, принципово нездійснений. Це стає загрозою інформаційному простору.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III. Соціологічні дослідження роботи мас-медіа

Тема VII. Соціологічні дослідження змісту повідомлення

Контент-аналіз як метод дослідження мас-медіа. Характеристика контент-аналізу як методу. Принципи і умови контент-аналізу та вимоги до нього. Цілі та завдання контент-аналітичного дослідження. Можливості якісно-кількісного аналізу. Типи та види аналізу змісту. Особливості контент-аналізу в порівнянні з якісними методами. Загальні характеристики процесу контент-аналізу. Об'єкт контент-аналітичного дослідження. Предмет контент-аналізу. Надійність, достовірність і валідність контентного аналізу. Проблема вибірки.

Тема VIII. Якісні методи дослідження мас-медіа. Формалізовані методи дослідження мас-медіа.

Якісні методисоціологічних дослідженьвикористовуються для виявлення мотиваційних аспектів поведінки респондентів, персональних очікувань, уявлень, цінностей і т. ін. На відміну від кількісних методів, що ґрунтуються на статистичних процедурах, якісні дослідження носять не стандартизований характер. Вони направлені на вивчення широкого спектру проявів об'єкта і відслідковують не його кількісні закономірності, а орієнтуються на розкриття причинно-наслідкових зв'язків. Одна з переваг методу – надання можливості респондентам вільно висловлюватися, що сприяє розкриттю їх внутрішніх цінностей та переживань, стимулює їх креативний потенціал.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	с	л	інд	с.р.		л	с	л	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Масова комунікація і суспільство												
Тема 1. Масова комунікація: теорія та історія	17	4	2	-	-	11	18	2	2	-	-	16
Тема 2. Громадська думка	17	2	4	-	-	11	18			-	-	16
Тема 3. Вплив мас-медіа на суспільство: міфи і реальність	19	4	4	-	-	11	18	2	2	-	-	16

Тема 4. ЗМК і масова культура	19	4	4	-	-	11	18			-	-	16
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	72	14	14	-	-	44	72	4	4	-	-	64
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Засоби масової комунікації і держава												
Тема 5. Вплив державної політики на ЗМК	19	4	4	-	--	11	17	2	2	-	-	15
Тема 6. Архетипні патерни політичної риторики у мас-медіа	19	4	4	-	-	11	17			-	-	15
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	38	8	8	-	-	22	34	2	2	-	-	30
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. Соціологічні дослідження роботи мас-медіа												
Тема 7. Соціологічний аналіз змісту повідомлення	19	4	4	-	-	11	20	2	2	-	-	16
Тема 8. Якісні методи дослідження мас-медіа. Формалізовані методи дослідження мас-медіа.	19	4	4	-	-	11	20	2	2	-	-	16
<i>Разом за змістовим модулем 3</i>	38	8	8	-	-	22	40	4	4	-	-	32
ІНДЗ	2	-	-	-	2	-	4	-	-	-	4	-
Усього годин	150	30	30	-	2	88	150	10	10	-	4	126

5. Теми семінарських занять

№ п/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1.	Тема 1. Масова комунікація: теорія та історія	2	2
2.	Тема 2. Громадська думка	4	
3.	Тема 3. Вплив мас-медіа на суспільство: міфи і реальність	4	2
4.	Тема 4. ЗМК і масова культура	4	
5.	Тема 5. Вплив державної політики на ЗМК	4	2

6.	Тема 6. Архетипні патерни політичної риторики у мас-медіа	4	
7.	Тема 7. Соціологічний аналіз змісту повідомлення	4	2
8.	Тема 8. Якісні методи дослідження мас-медіа. Формалізовані методи дослідження мас-медіа.	4	2
Всього:		30	10

ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Семінар 1. Масова комунікація: теорія та історія

1. Поняття, сутність та історія розвитку соціальної комунікації
2. Масова комунікація як інститут сучасного суспільства: функції та роль в умовах «масового», «інформаційного» суспільства
3. Історія розвитку наукових знань про соціальну комунікацію
4. Соціологія соціальної та масової комунікації: структура та функції

Література: основна – 11-18, 23-24.

Література додаткова – 5-7.

Семінар 2. Громадська думка

1. Соціологія громадської думки в структурі соціологічного знання.
2. Історія розвитку соціології громадської думки.
3. Особлива роль соціології громадської думки в системі знання і актуальності її вивчення і застосування.
4. Соціологія громадської думки в ряду спеціальних соціологічних теорій. Предмет, цілі, завдання, структура та функції соціології громадської думки.
5. Сучасний рівень розробленості соціології громадського думки: напрями сучасних досліджень, основні дослідницькі центри.
6. Тенденції та перспективи розвитку соціології громадської думки

Література основна: 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 3, 6, 8.

Семінар 3. Вплив мас-медіа на суспільство: міфи і реальність

1. Насильство на телебаченні
2. Медіанасильство і дитяча аудиторія
3. Фільми жахів та їхній вплив на аудиторію
4. Недостовірні матеріали
5. Страшні новини у пресі та теленовинах і телепередачах

Література основна: 1,2, 3, 4, 8.

Література додаткова: 3, 12, 13.

Семінар 4. ЗМК і масова культура

1. Дайте визначення культури.
2. Поясніть зв'язок засобів масової комунікації з культурою
3. Яким чином впливають засоби масової комунікації на культуру і культура на засоби масової комунікації?
4. Залежність засобів масової комунікації від соціалізації спільноти та рівня її культури

Література основна: 1,2, 3, 4, 8.

Література додаткова: 3, 12, 13.

Семінар 5. Вплив державної політики на ЗМК

1. ЗМІ як інститут та інструмент масової комунікації
2. Види ЗМІ, їх техніко-технологічні особливості
3. Діяльність ЗМІ як реалізація інтересів різних соціальних суб'єктів: бізнес, громадянське суспільство, держава
4. Нормативні підходи до функціонування ЗМІ: моделі авторитарної, ліберальної, соціально-відповідальної діяльності, принцип свободи слова та преси, інтереси аудиторії, державне регулювання
5. ЗМІ в умовах демократії
6. Держава як регулятор засобі масової комунікації

Література основна: 1,2, 3, 4, 8.

Література додаткова: 3, 12, 13.

Семінар 6. Архетипи в ЗМК

1. Які архетипи ви знаєте?
2. Моделювання соціальної реальності за допомогою ЗМК
3. Архетипні образи у медіатексті
4. Архетипні патерни політичної риторики у мас-медіа
5. Семіотичні структури у сучасних медіа

Література основна: 1,2, 3, 4, 8.

Література додаткова: 3, 12, 13.

Семінар 7. Соціологічний аналіз змісту повідомлення

1. Поняття та функції інформації
2. Виразники інформації, знак та знакові системи, тексти
3. Структура комунікативної взаємодії соціальних суб'єктів: комунікатор – адресат, інформаційно-комунікативні відносини
4. Види соціальної комунікації: вербальна та невербальна. Форми комунікації: писемна (текстова), мовна (вербальна), електронна
5. Комунікативні бар'єри та їх подолання

Література основна: 1,2, 3, 4, 8.

Література додаткова: 3, 12, 13.

Семінар 8. Якісні методи дослідження мас-медіа. Формалізовані методи дослідження мас-медіа

1. Контент-аналіз засобів масової комунікації
2. Контент-аналіз преси (газет і журналів)
2. Контент-аналіз телевізійних передач
3. Контент-аналіз радіопередач
4. Формалізовані методи дослідження мас-медіа

Література основна: 1,2, 3, 4, 8.

Література додаткова: 3, 12, 13.

6. Самостійна робота

№ п/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денне відділення	Заочне відділення
1.	Модель масової комунікації Р. Лассвела	11	16
2.	Теорія К. Г. Юнга	11	16
3.	Страх і мас-медіа	11	16
4.	«Основні» та «неосновні» СМК	11	16
5.	Форми протидії інформаційним атакам	11	15

6.	Архетипні образи у медіатексті.	11	15
7.	Проблема вибірки	11	16
8.	Формалізовані методи дослідження мас-медіа	11	16
Всього:		88	126

Самостійна **робота над навчальним матеріалом** передбачає:

- опрацювання лекційного матеріалу при підготовці до семінарських занять;
- опрацювання теоретичних і практичних питань з навчальної дисципліни.

Мета самостійної роботи – опрацювати додаткову інформацію з теоретичних питань, розглянутих на лекціях, що дозволяє одержати додаткові знання у поєднанні з аудиторним навчанням.

7. Індивідуальні завдання

Індивідуальне навчально-дослідне завдання, яке є невід’ємною формою набуття нових знань та навичок з курсу «Соціологія масової комунікації» та вагомою частиною самостійної роботи студента над матеріалами курсу, передбачає складання аналітичних таблиць, написання есе, створення презентацій тощо.

Контроль за виконанням завдань ІНДЗ здійснюється на індивідуальному занятті. Виконання студентом ІНДЗ є обов’язковою умовою оцінювання його успішності з освоєння курсу.

8. Методи навчання

При викладанні дисципліни застосовуються словесні, наочні та практичні методи навчання. Словесні і наочні використовуються під час лекцій та інструктажів, практичні при проведенні семінарських занять.

Під час проведення лекцій використовуються такі словесні методи як розповідь, пояснення та наочні методи: ілюстрація, демонстрація.

Вивчення дисципліни передбачає виконання та демонстрацію індивідуальних письмових і усних завдань, консультації, підготовку повідомлень.

9. Критерії оцінювання

Основними критеріями оцінювання участі студента у *семінарському занятті* є:

- змістовність інформації;
- чіткість та логічність думки доповідача;
- мовленнєва грамотність;

- доцільність, продуманість та охайність записів конспекту;
- підготовка повідомлень за питаннями семінарського заняття;
- одноразове суттєве доповнення;
- багаторазове суттєве доповнення.

Виступ на семінарі передбачає вільне володіння темою і може бути оцінений від 1 до 4 балів.

До критеріїв оцінювання *індивідуального навчально-дослідного завдання* відносяться:

- повнота та змістовність інформації, відображеній в тестах,
- коректність формулювань, логічність;
- володіння матеріалом;
- творчий підхід.

Максимально індивідуальне навчально-дослідне завдання може бути оцінене в 12 балів.

10. Засоби оцінювання

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять і має на мету перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форма проведення поточного контролю під час навчальних занять визначається викладачем, що проводить заняття. Застосовуються наступні види контролю: тестування, виконання контрольних робіт, усне опитування під час занять.

Підсумкове тестування проводиться наприкінці курсу за рахунок аудиторних занять і має на меті перевірку засвоєння студентом певної сукупності знань та вмінь в процесі вивчення дисципліни.

Відпрацювання пропущених лекцій, семінарських занять здійснюється в індивідуальному порядку.

Методи контролю: усні відповіді на семінарських заняттях, оцінка за індивідуальне завдання, перевірка виконання самостійної роботи шляхом співбесіди, складання екзамену.

11. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань та умінь студентів відбувається за наступним розподілом:

Поточне тестування та самостійна робота								ІНДЗ	МКР	Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль №1 (семінари)				Змістовий модуль № 2 (семінари)		Змістовий модуль № 3 (семінари)					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8				
4	4	4	4	4	4	4	4				
12				8		8		12	10	50	100

T1, T2 – теми змістових модулів.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою (для екзамену)
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення

До методичного забезпечення курсу входять опорні конспекти лекцій, підручники та навчальні посібники, монографії, наукові статті, нормативно-правові акти, методичні рекомендації. Під час опанування дисципліни «Соціологічна думка в Україні» використовуються персональні комп'ютери, ноутбуки, мультимедійний проектор. Студенти для підготовки до семінарських занять та індивідуального навчально-дослідного завдання використовують мережу Інтернет, програмне забезпечення MS «Office».

13. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Єнін М.Н. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., до навч 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.

Додаткова

1. Алексеев А. Н. Опыт построения социологической модели массовой коммуникации // Семиотика средств массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. - 1973. — С. 58-71
2. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 176 с.
3. Бориснев С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 270 с. 22
4. Бодрийяр, Жан. Символический обмен и смерть. / Пер. и вступ ст. С.Н.Зенкина. — М.: Добросвет, 2000. — 389 с.
5. Бодрийяр, Жан. Симулякры и симуляция / Пер. О.А. Печенкина. — Тула, 2013. — 204 с.
6. Бодрийяр, Жан. Система вещей / Ж. Бодрийяр./ Пер. с фр. С.Зенкина. — М.: Рудомино, 1995. — 168 с.
7. Вебер Макс. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер.- К.: Основи, 1998. — 534 с.
8. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / Петер Винтерхофф-Шпурк. — Харьков: Гуманитарный центр, 2016. — 266 с.
9. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей \За ред. М. Маєрчик. — К.: Критика, 2014. — 217 с.
10. Гендер і сексуальність: хрестоматія / за ред. Вікторіх Гайденко. — Суми: Унів. кн., 2009. — 139 с.
11. Говорун Т.В. Сексуальність та статеве поведінка в Україні (Проблеми сьогодення та перспективи) / Т.В. Говорун, Б.М. Ворник. — К., 1995. — 51 с.
12. Гидденс А. Опосредование опыта // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 169-173.
13. Дмитриев Е.И. Социология журналистики: Конспект лекций. — Мн.: БГУ, 2001. — 150 с.
14. Иванов В. Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. — К.: Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.
15. Камю А. Вибрані твори. Сторонній: Повість; Чума: Роан; Падіння: Повість / А. Камю. — Київ, Дніпро, 1991. — 655 с.
16. Конецкая В.П. Социология коммуникации: Учебник. — М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.

17. Лубкович І. М. Соціологія і журналістика: Підручник. — Львів: ПАІС, 2005. — 176 с.
18. Печенкина О.А. Этика симулякров Жана Бодрийера (анализ постомедристской рецепции этического) / О. А. Печенкина. — Тула: Тульский полиграфист, 2011. — 204 с.
19. Почепцов Г. Г. Информационные войны. — М.: «Реал-бук», 2000. 576 с.
20. Почепцов Г. Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. — К.: Альтерпресс, 2008. — 408 с.
21. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. — К: ВПЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.
22. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. — 656 с.
23. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С. О. Макеєва. — 3-тє вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — 455 с.
24. Соловьев В.Р. Манипуляции: Атакуй и защищайся / Владимир Соловьев. — М.: Эксмо, 2011. — 352 с.
25. Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада: 2-е изд., перер. и доп. — М., 2000. — 224 с.
26. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2003. — 400 с.
27. 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.
28. Фрейд З. О сновидениях. Тотем и табу. Очерки по теории сексуальности. О сновидениях. / З. Фрейд; Пер. с нем. — Харьков; Фолио, 2006. — 414 с.
29. Фромм Эрих. Бегство от свободы / Э. Фромм; Пер. с англ. Г.Ф, Швейника. — 2-е изд. — М.: Изд. группа «Прогресс»: Универс, 1995. — 251 с.
30. Фуко Мишель. История сексуальности / Фуко Мишель. — Харків: Око. — Т 3: Плекання себе. — 2000. — 264 с.
31. Хамитов Н. Философия одиночества: Опыт вживания в проблему, одиночество женское и мужское / Н. Хамитов. — Київ: Наукова думка, 1995. — 171 с.
32. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник для вузов. — М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. — 248 с.
33. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: Дисс. ... канд. соц. наук. — Екатеринбург, 2003. — 142 с.

34. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. — М., 1984.
35. Шульц В. Процесс комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 619-646.
36. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума) / Бердянский государственный педагогический институт. — Бердянск, 2001. — 252 с.
37. Юнг К.Г. Архетип и символ/ К.Г. Юнг. — М., 1991. — 304 с.
38. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань // Контекст. ґ 12. — С. 17-23.
39. Ясперс К. Смысл и назначение истории: Пер. с нем. — М.: Политиздат, 1991. — 527 с. (Мыслители XX в.)