

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи



Олексій ЖИЛЬЦОВ

2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СОЦІОЛОГІЯ ТА ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ МЕДІА:

СОЦІОЛОГІЯ МЕДІА

Спеціальності 061 Журналістика

Освітнього рівня: перший (бакалаврський)

Освітньої програми: 061.00.01 Журналістика



2023 рік

Розробники: Яна ФРУКТОВА, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Викладачі: Яна ФРУКТОВА, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа

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

Протокол від 29 серпня 2023 р. № 1

Завідувач кафедри  Інга ПОГРЕБНЯК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 061.00.01 «Журналістика»

28 серпня 2023 р.

Гарант освітньої-професійної програми  Володимир ГРИСЮК

Робочу програму перевірено

Заступник декана Факультету журналістики  Вікторія СОШИНСЬКА

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 № ____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
вид дисципліни	нормативна	нормативна
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	українська
Курс	2	2
Семестр	3	3
Кількість змістових модулів з розподілом:	2	2
Обсяг кредитів	2	2
Обсяг годин, в тому числі	60	60
аудиторні	28	8
модульний контроль	4	-
семестровий контроль	-	-
самостійна робота	28	52
форма семестрового контролю	залік	залік

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальний модуль “Соціологія медіа” у межах програми курсу “Соціологія та психологія управління медіа” покликаний формувати теоретичну базу журналіста, тому метою його вивчення є оволодіння студентами головним термінологічним апаратом, формування уявлень про фундаментальні положення соціології масової комунікації як специфічної форми діяльності.

Головне завдання курсу полягає в тому, щоб дати уявлення про специфіку роботи соціології масової комунікації як науки, ознайомити з соціологічними методами дослідження ЗМК.

Завданнями курсу є :

- формування знань про сучасні тенденції розвитку медіасоціології;
- характеристика масової комунікації як соціального інституту, який формує культурні-ціннісні установки суспільства, його світогляд та громадянську міфологію;
- оволодіння основами соціологічної методології для дослідження учасників комунікативного процесу, а також медіатекстів.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення курсу “Соціологія та психологія управління медіа: соціологія медіа” студент знатиме:

- провідні соціологічні теорії, які стосуються засобів масової комунікації;
- основні технології впливу медіа на суспільство;
- особливості масової комунікації в пострадянському, європейському та загальносвітовому просторі як соціального інституту
- специфіку політичної комунікації;
- соціологічні методи дослідження ЗМК.

Студент вмітиме:

- характеризувати засоби масової комунікації як соціальну підсистему;
- проводити моніторинг медіа щодо поширення ними певної ідеології, культурно-ціннісних установок, встановлення влади певних соціальних інститутів тощо;
- розпізнавати і моделювати архетипні образи у медіатексті;
- використовувати свої знання у сфері політичної комунікації;
- проводити соціологічні дослідження засобів масової комунікації;
- досконало проводити дослідження за допомогою методів анкетування, опитування, контент-аналізу.

Вивчення курсу формує у студентів освітньої програми 061.00.01.

Журналістика такі **загальні компетентності:**

ЗК-04 Здатність до управління інформацією: пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

ЗК-05 Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК-08 Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями

ЗК-11 Здатність спілкуватися державною мовою

Фахові

ФК-1 Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності

ФК-2 Здатність формувати інформаційний контент

ФК-3 Здатність створювати медіапродукт

ФК-7 Здатність нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності)

Програмні результати навчання

ПРН 2 Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції

ПРН 6 Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків

ПРН 7 Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег

ПРН 8 Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування цих знань

ПРН 9 Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства

ПРН 12 Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою

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

ПРН 17 Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт			
	усього	аудиторні		самостійна
		лекції	семінари	
Змістовий модуль I. СОЦІОЛОГІЯ МЕДІА ЯК НАУКА				
Тема 1. Соціологія та медіа: моделі взаємодії	8	2	2	4
Тема 2. Якісні і кількісні методи дослідження в соціології медіа.	16	4	4	8
Модульний контроль	2			
Разом	26	6	6	12
Змістовий модуль II . СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ ЗМІ НА СУСПІЛЬСТВО				
Тема 3. Типи впливів медіаконтенту на суспільство та індивіда	8	2	2	4
Тема 4. Міфодизайн як засіб формування соціальної реальності	8	2	2	4
Тема 5. Вплив порядку денного на формування громадської думки	8	2	2	4
Тема 6. Символізм медіаконтенту як засіб маніпуляції аудиторією	8	2	2	4
Модульний контроль	2			2
Разом	34	8	8	16
Усього	60	14	14	28

4.2. Тематичний план для заочної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт			
	усього	аудиторні		самостійна
		лекції	семінари	
Змістовий модуль I. СОЦІОЛОГІЯ МЕДІА ЯК НАУКА				
Тема 1. Соціологія і медіа: моделі взаємодії	4			4
Тема 2. Якісні і кількісні методи дослідження в соціології медіа.	12	2	2	8
Модульний контроль				
Разом	16	2	2	12
Змістовий модуль II . СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ ЗМІ НА СУСПІЛЬСТВО				
Тема 3. Типи впливів медіаконтенту на суспільство та індивіда	14	2	2	10
Тема 4. Міфодизайн як засіб формування соціальної реальності	10			10
Тема 5. Вплив порядку денного на формування громадської думки	10			10
Тема 6. Символізм медіаконтенту як засіб маніпуляції аудиторією	10			10
Модульний контроль				
Разом	44	2	2	40
Усього	60	4	4	52

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I СОЦІОЛОГІЯ МЕДІА ЯК НАУКА

Лекція 1. Соціологія і журналістика: моделі взаємодії – 2 год.

Соціологія медіа як наука: визначення, об'єкт, предмет, завдання. Еволюція медіа та суспільства: взаємовплив. ЗМК як виробник і продукт масової культури. Моделювання соціальної реальності за допомогою ЗМІ у різних типах суспільств. Роль аудиторії медіа в інформаційному суспільстві, знань, громадянському, авторитарному. «Медіатизація» сучасного суспільства. Людина медійна. Тиражування продуктів масової культури сучасними медіа. Нові цінності медіакультури: мультикультуралізм, трансгуманізм, глобалізм, конс'юмеризм, фемінізм, тяжіння до розваг, нові форми родинних зв'язків, нова тілесність тощо. Трансформації медіаспоживання. Медіатизований синтетичний світ, що формує ілюзорні форми сприйняття. Журналістика як соціальний інститут. Типологія ЗМІ. Основні напрями вивчення ЗМІ як комунікатора. Характеристики комунікатора як фактор контакту з інформацією. Сучасний медіаландшафт: традиційні та новітні медіа, штучний інтелект та роботизація медіасфери. Вплив журналістики на соціум як предмет соціологічного дослідження.

Семінар 1. Журналістика як соціальний інститут - 2 год.

Література

основна 1,2,3,4,5

додаткова 1-23

Лекція 2-3 Якісні та кількісні методи дослідження в соціології медіа – 4 год.

Соціологічні дослідження комунікатора, медіаконтенту та аудиторії ЗМІ. Аудиторія: об'єкт чи суб'єкт комунікації? Кількісні та якісні соціологічні методи. Методики моніторингових досліджень. Методики, які вивчають взаємодію аудиторії з медіаконтентом. Анкетування. Соціологічне інтерв'ю. Спостереження. Експеримент на перетині соціології та журналістики. Методика вивчення медіаповедінки. Метод фокус-груп. Психосоціологічні методи дослідження.

Семінар 2-3 Якісні та кількісні методи дослідження в соціології медіа 4 год.

Література

Основна 1,2,3,4,5,

Додаткова 13,14

МОДУЛЬ II

СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ ЗМІ НА СУСПІЛЬСТВО

Лекція 4. Типи впливів медіаконтенту на суспільство та індивіда - 2 год.

Дослідження впливу медіа на аудиторію: історичний аспект. Парадигми тотального та обмеженого впливів. Види ефектів масової комунікації: групування, довіри, ореолу, самодостатності у прийнятті рішень, праймінгу, десенсибілізації, культивуації, бумерангу, заколисуючий ефект, переконання, третьої особи тощо. Типологія медіавпливів: за часом виникнення, предметною сферою, сферами прояву ефектів, відповідністю очікуванням комунікатора, за ступенем усвідомлення ефектів реципієнтом, за ступенем відповідності ціннісно-нормативним орієнтаціям у суспільстві тощо. Стереотипи. Суб'єктність аудиторії. Сучасні тенденції щодо медіавпливів на цільову аудиторію: популяризація ідеології споживання, поляризація суспільства, зокрема гендерна, релігійна, національна тощо, сексуалізація медіа, медіанасилля, маніпуляція страхом тощо. Інтерпретація структури медіапропаганди за Хомським. Рекомендації щодо висвітлення емоційно-чутливих тем: суїцид, військові злочини, сексуальне насилля. Просоціальна поведінка аудиторії медіа.

Семінар 4. Типи впливів медіаконтенту на суспільство та індивіда - 2 год.

Література основна 1,2,3,4,5
додаткова 7, 15, 16.

Лекція 5. Міфодизайн як засіб формування соціальної реальності - 2 год.

Міфодизайн як соціально-комунікативна технологія: передумови та наслідки. Міф як засіб формування громадської думки. Міфологічне мислення аудиторії медіа. Функції міфів, пов'язані з соціальним порядком: легітимізація існуючого соціального порядку; надання престижності традиціям групи; забезпечення соціального порядку; зняття соціальної напруги. Функції міфів, пов'язані з соціальними взаємодіями: нав'язування індивідам цінностей та норм; нав'язування індивідам моделей поведінки. Національний міф: про виникнення нації, її обраність, страждання, героїчну боротьбу. Національні герої. Архетипні образи у медіатексті. Міфодизайн як засіб поляризації українського суспільства: прорадянський міф, проукраїнський, амбівалентний. Міфодизайн як засіб пропаганди боротьби за незалежність, фемінізму, здорового способу життя тощо. Інформаційна політика країни, редакційна політика медіа в контексті міфотворення. Журналісти - руйнівники чи творці міфів?

Семінар 5. Міфодизайн як засіб формування соціальної реальності - 2 год.

Література основна 1-12
додаткова 7, 15, 16.

Лекція 6. Вплив порядку денного на формування громадської думки - 2 год.

Подієвість у контексті глобалізованого світу, регіонів, держав, націй, соціальних груп, особистості. Теорія порядку денного М. Маккомбс и Д. Шоу: структурування інформаційних приводів, наголос, акцентування, відволікання уваги, замовчування тощо. Рівні чинників формування новин за концепцією Ю. Шумейкера і Різа: індивідуальний, рівень професійних стандартів, організаційний, екстра-медіа, ідеологічний. Інтерпретація подій аудиторією медіа через призму національних та індивідуальних міфів. Спіраль мовчання: комформізм, нонкомформізм. Теорія фреймінгу. Вікно Овертону: неприйнятне, радикальне, прийнятне, популярне, розумне, нормальне. Типи прочитання тексту аудиторією: домінантне, переговорне, опозиційне (С. Холл)

Семінар 6. Вплив порядку денного на формування громадської думки- 2 год.

Література основна 1-12
додаткова 7, 15, 16.

Лекція 7. Символізм медіаконтенту як засіб маніпуляції аудиторією - 2 год.

Символи як засіб поляризації суспільства, маркер «свій-чужий». Символізм медіакомунікації. Символи як носії культури, традицій, емоцій. Символи універсальні, державні, етнонаціональні, субкультур. Тенденції візуалізації у сучасній масовій культурі. Візуальні практики культури як предмет зацікавленості соціологів. Образ як базовий елемент візуального сприйняття. Символізм події та подія у символах.

Семінар 7. Символізм медіаконтенту як засіб маніпуляції аудиторією

Література основна 1-12
додаткова 7, 15, 16-23.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ
6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Денна форма навчання

Вид діяльності студента	макс.кільк. балів за од.	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	макс.кільк. балів	кількість одиниць	макс.кільк. балів
Відвідування лекцій	1	3	3	4	4
Відвідування семінарських занять	1	3	3	4	4
Робота на семінарському занятті	10	3	30	4	40
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			76		93
Максимальна кількість балів	169				
Розрахунок коефіцієнта	$169:100=1,69$				

Заочна форма навчання

Вид діяльності студента	макс.кільк. балів за од.	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	макс.кільк. балів	кількість одиниць	макс.кільк. балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування семінарських занять	1	1	1	1	1
Робота на семінарському занятті	10	1	10	1	10
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	4	20
Разом:			22		32
Максимальна кількість балів	54				
Розрахунок коефіцієнта	$54:100=0,54$				

6.2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Змістовий модуль I. СОЦІОЛОГІЯ МЕДІА ЯК НАУКА

Тема 1. Соціологія і медіа: моделі взаємодії

Доведіть на конкретних прикладах, що журналістика є соціальним інститутом.

Тема 2. Якісні і кількісні методи дослідження в соціології медіа.

Знайдіть приклади застосування якісних і кількісних методів дослідження в соціології медіа.

Змістовий модуль II . СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ ЗМІ НА СУСПІЛЬСТВО

Тема 3. Типи впливів медіаконтенту на суспільство та індивіда

Знайдіть в історії журналістики приклади впливу медіаконтенту на перебіг подій, опишіть причини та наслідки.

Тема 4. Міфодизайн як засіб формування соціальної реальності

Проілюструйте конкретними прикладами формування соціальної реальності завдяки міфодизайну медіаконтенту.

Тема 5. Вплив порядку денного на формування громадської думки

Проілюструйте конкретними прикладами вплив порядку денного на формування громадської думки.

Тема 6. Символізм медіаконтенту як засіб маніпуляції аудиторією

Проілюструйте конкретними прикладами маніпуляцію аудиторією завдяки символізму медіаконтенту.

Критерії оцінювання самостійної роботи

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 медіадослідників; термінологічна коректність (повнота, супідрядність).

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з модуля «Соціологія медіа» відбувається під час заліку.

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.

6.6. 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

Денна форма навчання

Разом: 60 год., з них лекційних – 14 год., семінарські заняття – 14 год., модульний контроль – 4 год., самостійна робота – 28 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
Модулі	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II				
Назва модуля	СОЦІОЛОГІЯ МЕДІА ЯК НАУКА			СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ ЗМІ НА СУСПІЛЬСТВО				
Дати								
Лекції	Соціологія і жур-ка: моделі взаємодії 1 б.	Якісні та кількісні методи дослідження в соціології медіа 2 б.		Типи впливів медіаконтенту на суспільство та індивіда 1 б.		Міфодизайн як засіб формування соціальної реальності 1 б.	Вплив порядку денного на формування громадської думки 1 б.	Символізм медіаконтенту як засіб маніпуляції і аудиторією 1 б.
Теми сем-ких занять	Журналістика як соціальний інститут 11 б.	Якісні та кількісні методи дослідження в соціології медіа 22 б.		Типи впливів медіаконтенту на суспільство та індивіда 11 б.		Міфодизайн як засіб формування соціальної реальності 11 б.	Вплив порядку денного на формування громадської думки 11 б.	Символізм медіаконтенту як засіб маніпуляції і аудиторією 11 б.
Самостійна робота	5 б.	5 б.		5 б.		5 б.	5 б.	5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			Модульна контрольна робота 2 (25 балів)				
Підсумковий контроль	залік							

Заочна форма навчання

Разом: 60 год., з них лекційних – 4 год., семінарські заняття – 4 год.,
самостійна робота – 52 год.

Модулі	Змістовий модуль I	Змістовий модуль II
Назва модуля	СОЦІОЛОГІЯ МЕДІА ЯК НАУКА	СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ ЗМІ НА СУСПІЛЬСТВО
Дати		
Лекції	Якісні та кількісні методи дослідження в соціології медіа 1 б.	Типи впливів медіаконтенту на суспільство та індивіда 1 б.
Теми сем-ких занять	Якісні та кількісні методи дослідження в соціології медіа 11 б.	Типи впливів медіаконтенту на суспільство та індивіда 11 б.
Самостійна робота	2 x 5 = 10 б.	4 x 5 = 20 б.
Підсумковий контроль	залік	

8. Рекомендовані джерела

Основна

1. Зражевська Н. І. Розуміння медіакультури комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіаконтроль: монографія / Н. І. Зражевська [Текст]. – Черкаси: Чабаненко Ю. А., 2012. – 408 с.
2. Єнін М.Н. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. за спец. «Соціологія», «Реклама та зв'язки з громадськістю». / М.Н. Єнін; держ. закл. «Луган. нац ун-т ім. Тараса Шевченка». – Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. – 167 с.
3. Теоретична соціологія. Курс лекцій. Том 1. Соціальність та її форми: підручник для студ. вищ. навч. закл. / І. Ф. Кононов ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». – Луганськ : Вид-во ДЗ „ЛНУ імені ТарасаШевченка”, 2013. 576 с.
4. 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.
5. Лубкович І.М. Соціологія і журналістика. Підручник. - Львів: ПАІС, 2013. - 232 с.
6. Лукашевич М., Шандор Ф. Соціологія масової комунікації / Лукашевич М., Шандор Ф. - К.: Знання. - 2015. - 367 с.
7. Історія соціологічної думки: навчальний енциклопедичний словник-довідник. Наук. ред., передмова В. Піча – Львів : Новий Світ - 2000, 2016.
8. Паніна Н. Технологія проведення соціологічного дослідження. Київ : Фонд «Відродження», 2001. 277 с.
9. Піча В. М. Соціологія: загальний курс. Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти України. Київ : Каравела, 2000. 248 с.
10. Соціологія громадської думки та мас-медіа: Комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни : навч. посіб. для бакалаврів за спеціальністю 054 «Соціологія» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: Єнін М.Н., Северинчик О.П. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 81 с.
11. Чудовська Ірина. Соціологія масових комунікацій: Навч. посіб. / Ірина Чудовська. Київ : 2021. 235 с.
12. Яремчук С. С. Соціологія масової комунікації: навч. посібник. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2015. 248 с.

Додаткова

1. Вебер Макс. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер.- К.: Основи, 1998. – 534 с.
2. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей \За ред. М.Маєрчик. – К.: Критика, 2014. – 217 с.
3. Галлін Д. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / Д.Галлін, П.Манчіні; пер. з англ. О.Насика. – К.: Наука, 2008. – 320 с.
4. 32. Гойман О. Особливості сучасної політичної міфотворчості [Електронний ресурс] / О. Гойман // Проблеми гуманітарних наук. Філософія. — 2013. — Вип. 31. — С. 40–50. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pgn_2013_31_6. — Назва з екрана.
5. Гойман О. О. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни [Електронний ресурс] / О. О. Гойман // Грані. — 2015. — № 1. — С. 50-56. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_1_11 — Назва з екрана.
6. Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення [Електронний ресурс] / Ю. О. Горбань // Вісник Національної академії державного управління при Президенті України. — 2015. — № 1. — С. 136-141. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2015_1_21 — Назва з екрана.
7. Губерський Л.В. Інформаційна політика України: європейський контекст / Л.В. Губерський, Є.Є. Камінський, Є.А. Макаренко, М.А. Ожеван, О.І Шнирков.—К.: Либідь, 2007. – 360 с.
8. Джонсон Алан Г. Тлумачний словник з соціології / Алан Г. Джонсон.— Львів : Вид. центр Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка, 2003. – 480 с.
9. Добровольська А.Б. Інформаційний простір: проблеми становлення нової якості національного росту / А.Б. Добровольська // Наука України у світовому інформаційному просторі. — Вип. 3. — К.: Академперіодика, 2010. —С. 61-70
10. Дроздовська О. М. Понятійно-категоріальний апарат масової свідомості як різновиду суспільної свідомості / О. М. Дроздовська // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. — 2007. — Вип. 31. — С. 44-56. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpqgvzdia_2007_31_8 — Назва з екрана.
11. Дубас О. П. Інформаційно-комунікаційний простір: Поняття, сутність, структура / О.П. Дубас // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. —К., 2010. —Вип. 19. —С. 223-232.
12. Крос Кетлін, Гакет Роберт. Політична комунікація й висвітлення новин у демократичних суспільствах. Перспективи конкуренції / Кетлін Крос, Роберт Гакет; пер. з англ. К.: Основи, 2000. 142 с.

- 13.Іванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. — К.: Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 2014.
- 14.Іванов В. Ф. Порядку денного теорія // Велика українська енциклопедія. URL: https://vue.gov.ua/Порядку_денного_теорія
- 15.Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навч. посіб. / В. Іванов; За науковою редакцією В.В. Різуна. — К. : Центр Вільної Преси, 2010. — 258 с.
- 16.Іванов В.Ф. Теоретико-методологічні основи вивчення змісту масової комунікації (текст). — К.: Вид-во Київського університету, 1996. — 139 с.
- 17.Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання: монографія / В. П. Горбулін, О. Г. Додонов, Д. В. Ланде. — К.: Інтертехнологія, 2009. —164 с.
- 18.Історія інформаційно-психологічного протиборства : підруч. / [Я.М.Жарков, Л.Ф.Компанцева, В.В.Остроухов В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Є.Д.Скулиш] ; за заг. ред. д.ю.н., проф., засл. юриста України Є.Д.Скулиша. — К. : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. — 212
19. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. — К: ВПЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.
- 20.Почепцов Г. Г. Сміслові та інформаційні війни [Електронний ресурс] / Г. Г. Почепцов // Інформаційне суспільство. — 2013. — Вип. 18. — С. 21-27. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2013_18_6 — Назва з екрана.
- 21.Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. — 3-тє вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — 455 с.
- 22.Шульц В. Процес комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 619-646.
- 23.Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань // Контекст. № 12. — С. 17-23.