

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики
Кафедра журналістики і нових медіа

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б.Жильцов
“ 04 ” “ 12 ” 2020 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СОЦІОЛОГІЯ ТА ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ МЕДІА:

СОЦІОЛОГІЯ МЕДІА

Спеціальності 061 Журналістика
Освітнього рівня: перший (бакалаврський).
Освітньої програми: Журналістика

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Протокол № 21189/20
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 20 р.

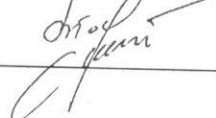
2020 рік

Розробники: Хамедова О.А., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа.


Викладачі: Хамедова О.А., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа.

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

Протокол від “ 9 “ вересня 2020 року № 1

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

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

Гарант освітньої програми  В.О. Гандзюк

Робочу програму перевірено

_____._____.2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики  (Росінська О.А.)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “ ____ ” ____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “ ____ ” ____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “ ____ ” ____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “ ____ ” ____ 20__ р., протокол № ____

ЗМІСТ

1. Опис навчальної дисципліни.....	4
2. Мета і завдання навчальної дисципліни	5
3. Результати навчання за дисципліною.....	5
4. Структура навчальної дисципліни	7
4.1. Тематичний план для денної форми навчання.....	7
4.2. Тематичний план для заочної форми навчання.....	8
5. Програма навчальної дисципліни.....	9
Змістовий модуль I.....	9
Змістовий модуль II.....	10
6. Контроль навчальних досягнень.....	11
6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів.....	11
6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання.....	12
6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.....	13
6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.....	13
6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю.....	14
6.6. Шкала відповідності оцінок.....	15
7. Навчально-методична картка дисципліни.....	16
8. Рекомендовані джерела.....	17

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	4	4
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 окремої наукової теорії.

Головне завдання курсу полягає в тому, щоб дати уявлення про специфіку соціології масової комунікації як соціологічної теорії і навчити застосовувати у журналістській діяльності соціологічні методи 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 і 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; розміщувати результати КСД у власних журналістських матеріалах; 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 такі компетентності: **фахові:** здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності (ФК-1); здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність (ФК-4) ; здатність нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності) (ФК-7); здатність працювати в команді, редакційному колективі, володіти соціальними навичками, відповідально виконувати професійну функцію (ФК-8); **загальні:** здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях, виявляти, ставити та вирішувати проблеми (ЗК-01); здатність та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК-02); здатність до управління інформацією; пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК-

04); здатність працювати в команді та автономно, планувати та організувати діяльність, ініціативність, підприємливість (ЗК-07).

Програмні результати навчання:

ПРН-1 Виявляти високу адаптивність до змін професійного середовища, мобілізувати інтелектуальні та духовні можливості для самостійного засвоєння нових знань, прогресивних технологій та інновацій, оновлювати власні професійні компетенції з урахуванням інформаційних потреб аудиторії, що домінуватимуть у перспективі.

ПРН-4 Уміти оцінити співрозмовника на основі здобутих знань (визначити типи психіки та моделі можливої поведінки) для досягнення комунікативної мети).

ПРН-6 Знаходити оптимальні рішення відповідно до професійних вимог, ділових ситуацій та інтересів учасників комунікації.

ПРН-7 Уникати неконструктивних комунікативних ситуацій, конфліктів, що можуть нашкодити професійній репутації та інтересам справи; раціонально діяти в конфліктних ситуаціях, шукаючи компромісів на основі професійних принципів і взаємної ділової вигоди.

ПРН-13 Прогнозувати реакцію соціуму на інноваційні медійні продукти, розробляти й реалізовувати моделі діяльності відповідно до потреб різних соціальних груп.

ПРН-14 Прогнозувати тенденції сучасного медійного ринку.

ПРН-15 Уміти застосовувати технології роботи з аудиторією. Вміти визначати специфіку аудиторії (гетерогенні особливості) для підвищення результативності журналістських матеріалів.

ПРН-16 Уміти організувати роботу редакції в різних типах ЗМІ.

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. Масова комунікація і суспільство				
Тема 1. Соціологія і журналістика.	4	2	2	
Тема 2. Вплив ЗМК на суспільство	16	4	4	8
Тема 3. Масова культура, ідеологія споживання і медіа.	12	4	2	6
Модульний контроль	2			2
Разом	34	10	8	14 / 2
Змістовий модуль II. Соціологічні дослідження роботи мас-медіа				
Тема 4. Соціологічні дослідження Комунікатора.	6		2	4
Тема 5. Якісні і кількісні (формалізовані) методи дослідження аудиторії мас-медіа.	8	2	2	4
Тема 6. Дослідження змісту повідомлення. Канали комунікації.	10	2	2	6
Модульний контроль	2			2
Разом	26	4	6	14 / 2
Підготовка та проходження контрольних заходів (залік)				

Усього	60	14	14	28 / 4
---------------	-----------	-----------	-----------	---------------

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. Масова комунікація і суспільство				
Тема 1. Соціологія і журналістика.	5			5
Тема 2. Вплив ЗМК на суспільство	14	2	2	10
Тема 3. Масова культура, ідеологія споживання і медіа.	10			10
Модульний контроль				
Разом	29	2	2	25
Змістовий модуль II. Соціологічні дослідження роботи мас-медіа				
Тема 4. Соціологічні дослідження Комунікатора.	10			10
Тема 5. Якісні і кількісні (формалізовані) методи дослідження аудиторії мас-медіа.	14	2	2	10
Тема 6. Дослідження змісту повідомлення. Канали комунікації.	7			7
Модульний контроль				

Разом	31	2	2	27
Підготовка та проходження контрольних заходів (залік)				
Усього	60	4	4	52

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

Масова комунікація і суспільство

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

Медіасоціологія як наукова теорія: визначення, об'єкт, предмет, завдання. Зарубіжна соціологія: основні етапи вивчення ЗМК. Історія вітчизняної соціології МК: радянський період. Дослідження українських соціологів. Стадії розвитку суспільства за О.Тоффлером. Інформаційне суспільство. Медіалізація суспільства (Д.Матісон). Взаємодія соціології і журналістики. Правила розміщення результатів КСД у журналістських публікаціях. Використання журналістами соціологічних методів у практичній діяльності.

Література основна 1,2,3,4,5

Лекція II. Медіалізація суспільства. – 2 год.

ЗМІ і «суспільство переживань». Вплив телепередач на активацію людини. Медіанасильство. Аналіз демонстрації насильства на телебаченні Джорджа Гербнера. Дослідження рівня медіанасильства у різних країнах. Гіпотези соціологів щодо впливу телебачення на агресивну поведінку людини. Страх і мас-медіа. Сексуалізація медіа. Просоціальний вплив медіа: дослідження соціологів. – 2 год.

Література основна 1,2,3,4,5

Додаткова 7, 15, 16.

Семінар I. Медіанасильство. Маніпуляція страхом. – 2 год.

Література основна 1,2,3,4,5

Додаткова 7

Лекція III. Масова культура, суспільство споживачів і медіа. – 2 год.

Поняття «масова культура». Дослідники про масову культуру та суспільство

споживання (Х.Ортега-і-Гассет, Ж.Бодрійяр). Домінанти масової культури. ЗМК як виробник і продукт масової культури. Шляхи поширення ідеології споживання через мас-медійні канали, вплив на масову аудиторію. «Глянцеві» журнали як продукти масової культури. Реклама як фактор формування суспільства споживачів. Моделювання соціальної реальності за допомогою ЗМК і теорія К.Г.Юнга. Архетипні образи у медіатексті. Архетипні патерни політичної риторики у мас-медіа.

Література основна 1,2,3,4,5

Семінар 2. Сексуалізація медіа. – 2 год.

Література 1,2,3,4,5

Додаткова 9, 10,16

Семінар 3. ЗМІ і просоціальна поведінка: аналіз телепродукції. – 2 год.

Література основна 1,2,3,4,5

Додаткова 7, 16

Лекція IV. Гендер і ЗМК. – 2 год. Сучасні гендерні медіадослідження. Гендерна поляризація у ЗМІ як тенденція. Гендерована біологія і мас-медіа. Гендерована освіта. Гендерований спорт у ЗМК. Гендерована мова ЗМК (мовний андроцентризм, сексистські матеріали, гендерна метафора). Гендерні стереотипи у ЗМІ та матеріали, які їх спростовують. Технології побудови гендерно чутливого журналістського тексту.

Література 1,2,3,4, 5

Додаткова 8, 9, 10

Семінар 4. Медіа як канал поширення ідеології споживання. – 2 год.

Література 1,2,3,4,5

Додаткова 3,4,5, 15, 16

Семінар 5. Гендер і мас-медіа. – 2 год.

Література Основна 5

Додаткова 8,9, 10

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III

Соціологічні дослідження роботи мас-медіа

Лекція V. Соціологічні дослідження комунікатора – 2 год.

Поняття «Комунікатор». Типологія ЗМІ. Основні напрями вивчення

комунікатора. Ефективність журналістики як предмет соціологічного дослідження. Характеристики комунікатора як фактор успішного контакту з інформацією. Шарлотський проект: позитивний приклад роботи редакції з аудиторією. Висновки Шарлотського проекту для «публічної журналістики».

Література Основна 1,2,3,4,5

Додаткова 13,14

Лекція VI. Соціологічні дослідження аудиторії ЗМК – 2 год.

Аудиторія: об'єкт чи суб'єкт комунікації? Кількісні методи. Методики, які вивчають стосунки аудиторії з текстами ЗМК «post factum». Анкетування. Соціологічне інтерв'ю. Спостереження. Експеримент на перетині соціології та журналістики. Методика вивчення теле-та радіоповедінки. Якісні соціологічні методи. Метод фокус-груп. Психосоціологічні методи дослідження

Література Основна 1,2,3,4,5

Додаткова 13,14

Семінари 6. Соціологічна анкета. – 2 год.

Література Основна 1,2,3,4,5,

Додаткова 13,14

Лекція VII. Соціологічний аналіз змісту повідомлень. – 2 год.

Контент-аналіз у соціології. Цілі, визначальні характеристики.

Наукова процедура контент-аналізу. Школа контент-аналізу Г.Лассвела.

Контент-аналіз преси, телебачення, реклами: приклади.

Література Основна 1,2,3,4,5

Додаткова 13,14

Семінар 7. Контент-аналіз ЗМК. – 2 год.

Література Основна 1,2,3,4,5

Додаткова 13, 14, 22

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	макс.кільк. балів за од.	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	макс.кільк. балів	кількість одиниць	макс.кільк. балів
Відвідування лекцій	1	4	4	3	3
Відвідування семінарських занять	1	5	5	2	2
Робота на семінарському занятті	10	5	50	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			99		65
Максимальна кількість балів	164				
Розрахунок коефіцієнта	164:100=1,64				

6.2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Змістовий модуль I

Масова комунікація і суспільство

Тема 1. Прочитати працю З. Баумана «Індивідуалізоване суспільство» (М., 2005). (Розділ I. Як ми живемо? – С. 21-121) – 5 б.

Тема 2. Прочитати працю Т. Ніколса «Диванні експерти. Як необмежений доступ до інформації робить нас тупішими» (Розділ 4. Давай я за тебе погуглю. Розділ 5. «Нова» нова журналістика й у великій кількості» С.109-168) – 5 б.

Тема 3. Прочитати працю Д. Л. Мерскін “Сексуалізація медіа. Як і чому ми це робимо” (Розділ 3. Сексуалізація мас-медіа. Як діти використовують мас-медіа. С. 122-150) -5 б.

Змістовий модуль 2

Соціологічні дослідження мас-медіа

Тема 4. Прочитати працю Д. Матісона "Медіа-дискурс. Аналіз медіа-текстів. Дослідження медіа і культури" (Розділ 3. Функціонування ідентичності у споживацьких журналах. - С.90-123. Розділ 6. Влада розмови: конwersаційний аналіз радіо-і телевізійних інтерв'ю. - С.176-202) - 5 б.

Тема 5. Прочитати «Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей / За ред. М.Маєрчик, О.Плахотнік, Г.Ярманової» (Розділ 5. Гендерована робота. – С.77-97; Розділ 8. Гендерована освіта: як навчальні заклади перетворюють дітей у дівчат і хлопців. – С. 135-151) – 5 б.

Тема 6. Прочитати працю Зігмунта Баумана. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства. – М., 2004. (Розділ 4. Туристи і бродяги. – С. 44 -56) – 5 б.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Перевірка самостійно виконаних завдань здійснюється на контрольній модульній роботі.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;

- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Контрольна модульна робота проводиться у формі тестування на платформі електронного курсу <http://elearning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=17057> .

Контрольні тести містять двадцять п'ять тестових завдань різних за формою і типом складності;

Критерії оцінювання:

За кожну правильну відповідь - 1 б.

- знання теоретичного матеріалу;
- ґрунтовна обізнаність із працями соціологів та медіасоціологів, наявних у списку для самостійної роботи;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з модуля «Соціологія медіа» відбувається під час заліку з двох навчальних модулів: психології і соціології управління медіа.

Критерії оцінювання студентів на заліку

Оцінкою на заліку є підсумкова кількість балів, яку студент набрав упродовж навчального курсу. До заліку студенти мають виконати необхідні форми роботи, які включають відвідування лекцій і семінарів, участь у семінарах, виконання самостійних завдань, успішне складання двох контрольних модульних тестів в електронному курсі.

6.5. Орієнтовний перелік питань до заліку

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

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
відмінно	100-90
дуже добре	82-89
добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59

7. Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 60 год., з них лекційних – 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	Масова комунікація і суспільство					Соціологічні дослідження мас-медіа				
Лекції	1					2		3		
Дати										
	Соціологія і журналістика: моделі взаємодії 1 б	Вплив мас-медіа на суспільство: міфи та реальність 1б.	Масова культура, суспільство споживання і медіа 1 б	Гендер і ЗМК 1 б.	Соціологічні дослідження Комунікатора 1 б.	Соціологічні дослідження аудиторії ЗМК 1 б.	Соціологічний аналіз змісту повідомлень 1 б.			
Теми семінарських занять	Медіанасильство 11 б.	Сексуалізація медіа. – 11 б.	ЗМК і просоціальна поведінка 11 б.	Медіа як - канал поширення ідеології споживання 11 б.	Гендер і ЗМК – 11 б.	Соціологічна анкета -11 б.	Контент-аналіз ЗМК 11 б.			
Самостійна робота	З.Бауман “Індивідуалізоване суспільство” 5 б.	Т.Ніколс «Диванні експерти. Як необмежений доступ до інформації робить нас тупішими» 5 б.	Дебра Л.Мерскін “Сексуалізація медіа. Як і чому ми це робимо?” 5 б.		З. Бауман “Глобалізація . Наслідки для людини і суспільства” 5 б.	“Гендер для медій” /За ред. М.Маєрчик 5 б.	Д. Матісон “Медіа-дискурс. Аналіз медіа-текстів” - 5 б.			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)					Модульна контрольна робота 2 (25 балів)				
Підсумковий контроль	залік									

8. Рекомендовані джерела

Основна

1. Єнін М.Н. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. за спец. «Соціологія», «Реклама та зв'язки з громадськістю». / М.Н. Єнін; держ. закл. «Луган. нац ун-т ім. Тараса Шевченка». – Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. – 167 с.
2. Іванов В.Ф. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. / В.Ф. Іванов: Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Центр вільної преси. – К.: Центр вільної преси, 1999. – 210 с.
3. Лубкович І.М. Соціологія і журналістика. Підручник. – Львів: ПАІС, 2013. – 232 с.
4. Лукашевич М., Шандор Ф. Соціологія масової комунікації / Лукашевич М., Шандор Ф. - К.: Знання. - 2015. – 367 с.
5. Історія соціологічної думки: навчальний енциклопедичний словник-довідник. Наук.ред., передмова В. Піча – Львів : Новий Світ, 2016.

Додаткова

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов. - М.: Аспект Пресс, 2005. - 176 с.
2. Бориснёв С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 270 с.
3. Бодрийяр, Жан. Символический обмен и смерть. / Пер. и вступ ст. С.Н.Зенкина. – М.: Добросвет, 2000. – 389 с.
4. Бодрийяр, Жан. Симулякры и симуляция / Пер. О.А. Печенкина. – Т., 2013. – 204 с.
5. Бодрийяр, Жан. Система вещей / Ж. Бодрийяр./ Пер. с фр. С.Зенкина. –

М.: Рудомино, 1995. – 168 с.

6. Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер.- К.: Основи, 1998. – 534 с.

7. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / Петер Винтерхофф-Шпурк. – Харьков: Гуманитарный центр, 2016. – 266 с.

8. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей \За ред. М.Маєрчик. – К.: Критика, 2014. – 217 с.

9. Гендер і сексуальність: хрестоматія / за ред. Вікторіх Гайденко. – Суми: Унів.кн., 2009. – 139 с.

10. Говорун Т.В. Сексуальність та статеве поведінка в Україні (Проблеми сьогодення та перспективи) / Т.В. Говорун, Б.М. Ворник. – К., 1995. – 51 с.

11. Гидденс А. Опосредование опыта // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 169-173.

12. Дмитриев Е.И. Социология журналистики: Конспект лекций. - Мн.: БГУ, 2001. 150 с.

13. Иванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. - К.: Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.

14. Конечкая В.П. Социология коммуникации: Учебник. - М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.

15. Марьина Л.П. Журналистика и культура: динамика взаимодействия. – Львів: ПАИС, 2013. – 164 с.

16. Матисон Д. Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. Исследования медиа и культуры. - Харьков: Изд. “Гуманитарный Центр”, 2017. 264 с.

17. Ніколс Т. Диванні експерти. Як необмежений доступ до інформації робить нас тупішими. – К., 2019. – 240 с.

18. Почепцов Г.Г. Информационные войны. — М.: «Реал-бук», 2000. 576 с.

19. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. — К.: Альтер-пресс, 2008. — 408 с.

20. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. — К: ВПЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.

21. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. — 656 с.

22. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. — 3-тє вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — 455 с.

23. Соловьев В.Р. Манипуляции: Атакуй и защищайся / Владимир Соловьев. – М.: Эксмо, 2011. – 352 с.

24. Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада: 2-е изд., перер. и доп. — М., 2000. — 224 с.

25. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2003. — 400 с.

26. 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.

27. Фрейд З. О сновидениях. Тотем и табу. Очерки по теории сексуальности. О сновидениях. / З. Фрейд; Пер. с нем. – Харьков; Фолио, 2006. – 414 с.
28. Фромм Эрих. Бегство от свободы / Э. Фромм; Пер. с англ. Г.Ф. Швейника. – 2-е изд. – М.: Изд. группа «Прогресс»: Универс, 1995. – 251 с.
29. Фуко Мишель. Історія сексуальності / Фуко Мишель. – Харків: Око. – Т 3: Плекання себе. – 2000. – 264 с.
30. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник для вузов. — М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. — 248 с
31. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: Дисс. ... канд. соц. наук. — Екатеринбург, 2003. — 142 с.
32. Шульц В. Процес комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 619-646.
33. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума) / Бердянский государственный педагогический институт. — Бердянск, 2001. — 252 с.
34. Юнг К.Г. Архетип и символ/ К.Г. Юнг. – М., 1991. – 304 с.
34. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань // Контекст. № 12. — С. 17-23.
35. Ясперс К. Смысл и назначение истории: Пер. с нем. — М.: Политиздат, 1991. — 527 с. (Мыслители XX в.)