

**СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА КУЛЬТУРОЛОГІЇ**

СИЛАБУС

КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ КУЛЬТУРИ

Ступінь вищої освіти:	перший (бакалаврський)
Галузь знань:	03 Гуманітарні науки
Спеціальність:	034 Культурологія
Освітньо-професійна програма:	Культурологія
Освітня кваліфікація:	Бакалавр культурології
Професійна кваліфікація:	Фахівець з аналітики культури та креативних індустрій

ЗАТВЕРДЖЕНО
Протокол
засідання кафедри культурології
№ 1 від «3» вересня 2020 р.

ЛУЦЬК – 2020

I. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	Галузь знань: 03 Гуманітарні науки Спеціальність: 034 Культурологія Освітня програма: Культурологія Освітній рівень: Бакалавр	Вибіркова
Кількість годин / кредитів 180/6		Рік навчання – 4 курс
		Семестр - 7 семестр
ІНДЗ: є		Лекції – 30 год.
		Практичні (семінарські) – 30 год.
		Самостійна робота – 110 год.
	Консультації – 10 год.	
	Форма контролю: залік	
Мова навчання		Українська

II. Інформація про викладача

Прізвище, ім'я та по батькові: **Бондарук Сергій Олексійович**

Науковий ступінь: **кандидат філософських наук**

Вчене звання: **доцент**

Посада: **доцент кафедри культурології**

Контактна інформація: моб. тел. 0501011453, 068 8997343,

ел. адреса: sbondaruk1@gmail.com

Дні занять: лютий-червень 2021

З розкладом можна ознайомитись на офіційному сайті СНУ ім.Лесі Українки, зокрема за посиланням

<https://vnu.edu.ua/uk/articles/testoviy-dostup-case-files-collection>

III. Опис дисципліни

1. АНОТАЦІЯ КУРСУ

Курс являє собою теоретичну складову фахової підготовки бакалаврів спеціальності 034 «Культурологія». Студент вивчатиме основні поняття комунікативної теорії, розглядає і досліджує поняття, типологію, структуру, механізми і стратегії застосування комунікативних технологій у соціокультурних процесах, а також дізнається, як у процесі спілкування відбувається прихований вплив на людей та громадську думку, як формують імідж політика, як проводять виборчі кампанії, як застосовують технології пропаганди та інформаційних війн, яким чином за допомогою комунікативних технологій - від повсякденної реклами товарів до шоу-бізнесу, політичних і виборчих процесів - формується культура повсякденного життя.

2. Пререквізити

Вивчення курсу передбачає попереднє засвоєння студентами знань і компетентностей, набутих при вивченні таких навчальних дисциплін, як «Основи культурології», «Комунікативна культура», «Психологія міжособистісної взаємодії», історико-культурних дисциплін, тощо.

3. Мета і завдання навчальної дисципліни.

Метою викладання навчальної дисципліни «Комунікативні технології в сфері культури» є дати знання теоретичних основ комунікації, врахувати й закріпити знання, отримані студентами в межах курсу, поповнити уявлення про сучасні комунікативні технології і прищепити навички їхнього використання та протидії маніпуляції.

4. Результати навчання (компетентності).

Впродовж вивчення навчальної дисципліни у студентів формуються наступні професійні загальні компетенції (ЗК).

ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 3. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 4. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК 5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 6. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК 7. Здатність працювати автономно.

ЗК 8. Здатність працювати в команді.

ЗК 11. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні;

ЗК 12. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Фахові компетенції (ФК)

СК 1. Здатність презентувати результати професійної діяльності в усній та письмовій формі, надавати відповідну аргументацію.

ФК 3. Здатність критично аналізувати культурні явища та процеси з використанням загальнонаукових та спеціальних наукових методів;

ФК 5. Здатність використовувати різноманітні джерела інформації та методологічний апарат культурології для виявлення, аналізу культурних потреб суспільства.

ФК 6. Здатність аналізувати культурну політику в інституціях різних рівнів.

ФК 7. Здатність обґрунтовувати рішення щодо врегулювання відносин у сфері культури на основі розуміння специфіки соціокультурних процесів.

ФК 10. Здатність популяризувати знання про культуру та поширювати інформацію

культурологічного змісту використовуючи сучасні інформаційні, комунікативні засоби та візуальні технології.

ФК 12. Здатність дотримуватися стандартів професійної етики та міжкультурної комунікації. Здатність до критичного усвідомлення варіативності культурологічних знань та навичок відповідно до завдань та специфіки конкретної ситуації і соціокультурних умов.

СК 13. Здатність до професійної взаємодії з представниками інших спеціальностей, а також залучення до розв'язання культурних проблем представників громадськості.

ФК 15. Здатність до пошуку інноваційних способів розв'язання актуальних суспільних проблем на основі системного розуміння розмаїття культурних норм та специфіки актуальних соціокультурних процесів.

А також досягаються визначені Освітньою програмою **програмні результати навчання (ПРН):**

ПРН 1. Мати навички критичного мислення, викладати у зрозумілий спосіб власні думки, здійснювати їх аргументацію.

ПРН 6. Виявляти, перевіряти та узагальнювати інформацію щодо різноманітних контекстів культурної практики, визначати ступінь їх актуальності із застосуванням релевантних джерел, інформаційних, комунікативних засобів та візуальних технологій.

ПРН 9. Аналізувати ефективність культурних політик, технологій реалізації культурних ідей у контексті конкретних параметрів їх впровадження.

ПРН 16. Визначати, формулювати та аргументувати власну громадянську та професійну позицію щодо актуальних суспільних питань.

У контексті формування вищезазначених професійних компетентностей, студенти будуть обізнані у таких питаннях:

- що таке комунікація, її теоретичні засади і способи організації;
- що таке «Комунікативні технології в сфері культури» як навчальна дисципліна;
- зміст поняття комунікативних технологій, структуру, функції комунікативних технологій;
- зміст поняття «інформаційне суспільство», засади існування й формування інформаційного суспільства;
- специфіку й засади використання різних технологій у процесі організації комунікативного простору.

а також навчатися:

- будувати ефективну комунікацію на рівні ділових, масових, публічних, організаційних комунікацій;
- аналізувати процес комунікації з точки зору доцільності використання різних комунікативних технологій;
- готувати творчі промо-проекти з використанням різних комунікативних технологій;
- забезпечувати ефективні комунікації відповідно до сфери: культурної, медіа, суспільно-політичної тощо.

5. Структура навчальної дисципліни.

Назви змістових модулів і тем	Усього	Кількість годин					
		у тому числі					
		Лекц.	Практ. (Семін).	Лаб.	Конс	Сам. Роб.	*Форма контролю / Бали
1	2	3	4	5	6	7	8
Змістовий модуль 1. Класифікація комунікативних технологій							
Тема 1. Основні поняття комунікативних технологій.	15	2	2		1	10	РМГ/2
Тема 2. Виникнення та формування теорій комунікативних технологій.	15	2	2		1	10	РМГ/2
Тема 3. Організація комунікативного простору та комунікативні моделі.	24	4	4		1	15	РМГ/4
Тема 4. Маніпуляція суспільства: мутація й інмутація як концепції комунікативних технологій.	24	4	4		1	15	РМГ/4
Модульна контрольна робота							МКР/30
Разом за змістовим модулем 1	78	12	12		4	50	42
Змістовий модуль 2. Соціокультурні виміри гендеру.							
Тема 5. Комунікативні технології у пропаганді.	21	4	4		1	12	РМГ /4
Тема 6. Комунікативні технології у сфері PR.	21	4	4		1	12	РМГ/4
Тема 7. Іміджеві технології.	21	4	4		1	12	ДС /4
Тема 8. Комунікативні технології у політиці.	15	2	2		1	10	ДС/2
Тема 9. Комунікативні технології у повсякденному житті і масовій культурі.	24	4	4		2	14	ДС/4
Модульна контрольна робота							МКР/30
Разом за змістовим модулем 2	102	18	18		6	60	48
Індивідуальне навчально-дослідне завдання							ІНДЗ / 10
Усього годин	180	30	30		10	110	100

*Форма контролю: ДС – дискусія, РМГ – робота в малих групах, МКР– модульна контрольна робота, Р – реферат, або ж аналітичне есе.

5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ

Самостійна робота студентів з курсу «Комунікативні технології в культурі» включає опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу, підготовку до виступів на семінарах, а також вивчення тем або питань, що не розглядаються в курсі лекцій, конспектування основних теоретичних джерел з кожного змістовного модуля. Нижче наводиться орієнтовна тематика завдань для самостійної роботи студентів.

Теми самостійної роботи	Годин
-------------------------	-------

Змістовний модуль 1	
Тема 1. Основні поняття комунікативних технологій.	10
Тема 2. Виникнення та формування теорій комунікативних технологій.	10
Тема 3. Організація комунікативного простору та комунікативні моделі.	15
Тема 4. Маніпуляція суспільства: мутація й інмутація як концепції комунікативних технологій.	15
Змістовний модуль 2	
Тема 5. Комунікативні технології у пропаганді.	12
Тема 6. Комунікативні технології у сфері PR.	12
Тема 7. Іміджеві технології.	12
Тема 8. Комунікативні технології у політиці.	10
Тема 9. Комунікативні технології у повсякденному житті і масовій культурі.	14
Всього годин	110

6. ВИДИ (ФОРМИ) ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ЗАВДАНЬ (ІНДЗ)

Програмою курсу передбачається обов'язкове індивідуальне науково-дослідне завдання, яке виконується на основі засвоєння певного змістовного модулю або змісту навчального курсу в цілому. Основна мета такого завдання полягає у систематизації, закріпленні, поглибленні теоретичних знань із курсу та застосування їх при вирішенні конкретних дослідницьких задач. Автор має продемонструвати рівень своєї фахової кваліфікації, ерудиції, а також володіння методикою та методологією культурологічного дослідження. Виконання завдання покликані сприяти підвищенню рівня інтелектуальної та дослідницької культури, більш глибокому осмисленню найістотніших проблем, пов'язаних з соціокультурними застосуваннями і роллю комунікативних технологій, засвоєнню необхідних форм та методів науково-практичної діяльності, розвиткові творчого мислення.

Завдання пропонуються у формі написання творчої роботи (есе), яка має вирізнятися, з одного боку, концептуальним характером, а з іншого, – оригінальним авторським підходом до теми. Насамперед, на високу оцінку може претендувати робота, яка містить власний погляд на розглядувану проблему, відзначається логічністю і переконливістю аргументації, знанням першоджерел, зв'язком із сучасними культурними реаліями.

Робота повинна містити план, обґрунтування вибору теми, концептуальні висновки і список використаної літератури. Орієнтовний обсяг такої роботи – 10 - 15 сторінок.

Орієнтовна тематика ІНДЗ

1. Соціологічні й психологічні моделі комунікацій
2. Семіотичні моделі комунікації
3. Модель міфологічної комунікації
4. Модель аргументуючої комунікації
5. Модель іміджевої комунікації
6. Модель пропагандистської комунікації

7. Пропагандистські комунікації: поняття, структура, функції
8. Моделі сучасної пропаганди
9. Технології і методи пропаганди
10. Пропагандистські кампанії. Промивання мозку як комунікативні технології
11. Паблік рилейшенз як комунікативна дисципліна
12. Особливості менеджменту в галузі Паблік рилешнз
13. Формування та реалізація PR-кампанії
14. Мас-медіа як основний інструмент PR-кампанії
15. Основні напрямки діяльності сучасного PR
16. Поняття іміджу в комунікативному контексті.
17. Типи іміджу. Технології побудови іміджу
18. Функції й інструментарій іміджу
19. Кінетичний і вербальний іміджі
20. Популізм і лобіювання як політичні технології
21. Обмеження та протидія політичним маніпуляціям
22. Довіра до джерела як проблема політичної комунікації
23. Психологічна війна в політиці та основні прийоми її ведення
24. Регуляція масової політичної поведінки
25. Комунікативна основа сучасних виборчих кампаній
26. Фактори формування іміджу в рамках виборчої кампанії
27. Особливості кризових комунікацій. Типологія криз
28. Управління в умовах криз (кризовий менеджмент)
29. Психологічні операції в конфліктах другої пол. ХХ ст.
30. «Холодна війна» як подальший розвиток концепції психологічної війни
31. Інформаційні війни як війни інформаційної епохи
32. Форми та способи ведення інформаційної боротьби
33. Психологічна і кібернетична війни як складові інформаційної війни
34. Інформаційна зброя і технології її використання
35. Об'єкти впливу і класифікація спеціальних інформаційних операцій
36. Повсякденність як об'єкт комунікативних технологій
37. Проблема конструювання повсякденності
38. Повсякденність в культурі постмодерну
39. Конструювання новин як комунікативна технологія
40. Роль «постфольклору» і «постфольклорна культура» постмодерну.
41. Символічна організація комунікації
42. Візуальна організація комунікативного простору
43. Подієва організація комунікативного простору та івент-менеджмент
44. Міфологічна організація комунікативного простору
45. Комунікативна організація комунікативного простору
46. Критерії розгалуження соціально-комунікативних технологій.
47. Концепція соціально-комунікативних технологій у теорії інмутації суспільства
О.Холода
48. Діапазон поняття «соціально-комунікативні технології».
49. Соціально-комунікативні технології додавання.
50. Соціально-комунікативні технології модифікації.
51. Соціально-комунікативні технології трансформації.
52. Соціально-комунікативні технології розбалансування.
53. Соціально-комунікативні технології руйнування.
54. Соціально-комунікативні технології знищення.

55. Структура соціально-комунікативних технологій.
56. Види соціально-комунікативних технологій.
57. Функції соціально-комунікативних технологій.
58. Зв'язок соціально-комунікативних технологій з іншими галузями діяльності соціального актора.
59. Психологічне підґрунтя в історії досліджень комунікативних технологій (біхевіоризм, необіхевіоризм, Б.Скіннер).
60. Соціологічні джерела в історії вивчення комунікативних технологій (М. Вебер, Т.Парсонс, Ю.Габермас).
61. Становлення теорії діяльності як базової для розвитку соціально-комунікативних технологій.
62. Теоретичні уявлення про комунікативні технології в працях Г.Почепцова.
63. Ідеї Д. Гавра щодо комунікативних технологій.
64. Особливості трактування терміна «маніпуляція».
65. Маніпуляція як система.
66. Закон єдності інмутації і мутації.
67. Інмутація – система артефактів сучасного суспільства.
68. Інмутація суспільства – система артефактів.
69. Триєдиний принцип уникнення інмутації глобальної системи.
70. Місце інмутації суспільства як системи в класифікації систем.
71. Структура й види інмутаційних процесів.
72. Функції інмутації суспільства.
73. Розрізнення понять «масова комунікація» і «психологічний вплив».
74. Види інмутації масової комунікації.
75. Інмутація суспільства під впливом масової комунікації.
76. Інмутовані інмутанти як результат інмутації масової комунікації.

IV. Політика оцінювання

Політика викладача щодо студента. Відвідування занять студентами є обов'язковими, допускаються пропуски занять з поважних причин (хвороба студента, сімейні обставини тощо).

Теми пропущених занять повинні бути відпрацьовані студентом самостійно і здані викладачу у вигляді індивідуальних завдань. Якщо студент має вагомні причини, які не дозволяють йому систематично відвідувати заняття, він може перейти на вільний графік з дозволу декана факультету.

Політика щодо академічної доброчесності. Підготовані студентом індивідуальні завдання (*проблемні завдання, реферати, творчі роботи, есе*) мають продемонструвати поглиблене вивчення джерел, змістовність і глибину розкриття теми, творчий підхід і самостійність мислення, оригінальність висновків. За потреби студент може отримати консультацію у викладача у позааудиторний час. Студенти мають дотримуватись етичних норм академічної доброчесності та не допускати обману й академічного плагіату. Під академічним плагіатом розуміється оприлюднення (частково або повністю) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження та/або відтворення опублікованих текстів інших авторів без відповідного посилання (цитування). подання робіт, які є не вашими особистими розробками, копіювання чужих ідей без відповідного цитування.

Політика щодо дедлайнів (крайній термін) та перескладання. Диференційований залік проводиться в терміни, визначені деканатом у 1-му семестрі. Студентам, що не з'явилися на диференційований залік з поважних причин дозволяється перескладання в інший термін, встановлений деканатом. Третя й остання спроба складання заліку відбувається за присутності комісії з трьох викладачів, яких визначає деканат, включаючи викладача, який викладав дисципліну.

Методи та засоби діагностики успішності навчання

Поточний контроль, завданням якого є перевірка студентами вивченого матеріалу, визначення ступеня його засвоєння, вироблення навчальних та дослідницьких навичок, формування вміння самостійної роботи з філософськими текстами та спроможності їх осмислення і інтерпретації; а також вироблення навичок письмової та усної самопрезентації.

Поточний контроль здійснюється за такими напрямками:

- ✓ контроль за систематичністю та активністю роботи на семінарських заняттях (усне та письмове опитування);
- ✓ контроль за виконанням завдань для самостійного опрацювання поза рамками аудиторних занять (індивідуальні співбесіди);
- ✓ контроль за рівнем засвоєння та творчого опрацювання у вигляді контрольних завдань;
- ✓ контроль за виконанням індивідуального навчально-дослідного завдання для самостійного опрацювання поза рамками аудиторних занять.

Модульний контроль здійснюється у формі написання контрольних робіт. На модульну контрольну роботу виносяться питання, розглянуті під час вивчення змістового модуля на лекціях, семінарах і самостійно.

V. Підсумковий контроль

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль (макс = 40 балів)		Модульний контроль/залік (макс = 60 балів)		Загальна кількість балів	
Модуль 1	Модуль 2	Модуль 2			
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	ІНДЗ	МКР 1	МКР 2	
12	18	10	30	30	100

Максимальна кількість балів, яку може отримати студент за види навчальних робіт:

Семінарські заняття - (за роботу на одному занятті – 2 бали; у тому числі – відповідь на питання – 1-1,5 бали, доповнення – 0,5-1 бал) – 30 балів за семестр;
модульна контрольна робота №1(письмово) – 30 балів;
модульна контрольна робота №2(письмово) – 30 балів;
індивідуальне навчально-дослідне завдання – 10 балів.

Критерії оцінювання:

Семінарських занять:

- змістовність, глибина висвітлення проблеми;
- логічна послідовність викладу матеріалу;
- підкріплення викладу конкретними прикладами;
- власна точка зору на проблему;

- засвоєння категоріального апарату;
- опрацювання джерел з теми заняття;
- вміння зробити висновки, узагальнення;
- активна участь в обговоренні та дискусіях.

Самостійної та індивідуальної роботи (проблемні завдання, реферати, творчі роботи, індивідуальні науково-дослідні завдання):

- поглиблене вивчення джерел,
- опрацювання категоріального апарату;
- актуальність та складність обраної проблеми;
- змістовність, глибина розкриття теми;
- опрацювання літератури: кількісні і якісні параметри;
- творчий підхід, самостійність мислення.

Формою підсумкового семестрового контролю є залік, у випадку незадовільної підсумкової оцінки або за бажанням підвищити рейтинг студент може добрати бали, виконавши певний вид індивідуальних завдань (наприклад, перездати якусь тему, написавши підсумковий реферат, есе тощо). На залік виносяться основні питання, що потребують творчої відповіді та уміння синтезувати отримані знання і застосовувати їх під час розв'язання практичних задач.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка	
	для екзамену	для заліку
90 – 100	Відмінно	Зараховано
82 – 89	Дуже добре	
75 – 81	Добре	
67 -74	Задовільно	
60 – 66	Достатньо	
1 – 59	Незадовільно	Незараховано (з можливістю повторного складання)

Список джерел (Основні)

1. Бочаров М. П. История публичных отношений: нравы, бизнес, наука. М., 2000.
2. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. М., 1980.
3. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики. Х., 2015
4. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. СПб., 1997.
5. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. М., 1995.
6. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції / Н. І. Зражевська. — Черкаси, 2010.
7. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием: уч. пос.. К., 2006.
8. Конечкая В.П. Социология коммуникации. М., 1997.
9. Королько В.Г. Основы Пабпик рилейшнз. М.: Киев, 2000.

10. Кошелюк М.Е. Технологии политических выборов. СПб.: Питер, 2004.
11. Моисеев В.А. Паблик рилейшнз: Теория и практика. Киев, 1999.
12. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: Учебное пособие. М., 2000.
13. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX в. М., Киев, 1999, 2001.
14. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М., 2001
15. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии. – М., 2003.
16. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М.,1998.
17. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. – К., 2008.
18. Семиотика. М., 1983.
19. Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Гален М. Брум. Паблик рилейшнз. Теория и практика. 8-е издание. М., 2000.
20. Спивак В. А. Корпоративная культура. СПб, 2001.
21. Телерекламный бизнес. Информационно-аналитическое обеспечение. М., 2001.
22. Терин В. П. Массовая коммуникация. М., 2000.
23. Федотова Л.Н. Массовая информация: стратегия производства и тактика потребления. М., 1996.
24. Холод О. М. Комунікаційні технології (у теорії інмутації) : навч. посіб. – К., 2010.
25. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. – К., 2010.
26. Холод О. М. Теорія інмутації суспільства: монографія. – К., 2011.
27. Холод О.М. Комунікаційні технології : підручник. – К., 2011.

Інформаційні ресурси

1. Гавра Д. П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции / Гавра Д. П. [Электронный ресурс] // Оптимальные коммуникации (ОК). – Режим доступа : <http://jarki.ru/wpress>
2. Інформаційні технології [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
3. Інформаційна влада. Засоби масової комунікації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.br.com.ua/referats/Politologiya/24884.htm>
4. Какие бывают виды психологического воздействия? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vozdeistvie.ucoz.ru/publ/1-2-2>
5. Манипуляция общественным мнением [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки : http://mirslovarei.com/content_pol/MANIPULJACIJA-OBSHNESTVENNYM-MNENIEM-642.html
6. Масова комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту : http://uk.wikipedia.org/wiki/Масова_комунікація
7. Політична пропаганда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrref.com.ua/index.php?id=MTAzMTM=&g=2>
8. Почепцов Г. Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://issuu.com/the_communication/docs/19-26
9. Проблеми захисту від масованих інформаційно-пропагандистських операцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/book/Litv/009_1.htm