Державний вищий навчальний заклад

«Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

Кафедра журналістики

“**ЗАТВЕРДЖУЮ**”

Проректор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

“\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р.

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Вплив медіа на формування громадської думки**

**Галузь знань 0**6 «Журналістика»

**Спеціальність 061 «Журналістика»**

**Факультет філології**

Івано-Франківськ – 2019 рік

Робоча програма навчальної дисципліни “Вплив медій на формування громадської думки” для студентів галузі знань 06“Журналістика».

Розробники:

Марчук В,В., доктор історичних наук, професор

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри журналістики.

Протокол від “26” серпня р. №1

Завідувач кафедри журналістики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Холод О.М.)

(підпис) (прізвище та ініціали)

“26” серпня 2019 р.

Схвалено Науково-методичною комісією Факультету філології.

Протокол від “29” серпня 2019 р. № 1

“29” серпня 2019 р.

Голова \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (доц. Мартинець А.М.)

(підпис) (прізвище та ініціали)

В.В. Марчук, 2019 рік

1. **Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Найменування показників | Галузь знань, спеціальність, освітній рівень | Характеристика навчальної дисципліни | |
| **денна форма навчання** | **заочна форма навчання** |
| Кількість кредитів – 3 | Галузь знань  06 – Журналістика (шифр і назва) | Загальна підготовка | |
| Спеціальність  061 Журналістика  (шифр і назва) |
| Змістових модулів –2 | Спеціальність  061 Журналістика | **Рік підготовки:** | |
| 3-й | - |
| Індивідуальне науково-дослідне завдання  *Реферат* | **Семестр** | |
| Загальна кількість годин – 90 | 6-й | - |
| **Лекції** | |
| Тижневих годин  для денної форми навчання:  аудиторних – 2  самостійної роботи студента – 4 | Освітній рівень:  магістр | 12 год. | - |
| **Практичні, семінарські** | |
| 18 год. | - |
| **Лабораторні** | |
| 0 год. | - |
| **Самостійна робота** | |
| 60 год. | - |
| **Індивідуальні завдання: 0** год. | |
| Вид контролю:  Екзамен | |

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

для денної форми навчання – 33% : 67%

**2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Мета** викладання дисципліни є освоєння теоретико-методологічних основ формування, функціонування, вираження громадської думки як соціального феномену та соціального інституту та вивчення впливу ЗМІ на формування громадської думки.

**Основними завданнями** вивчення навчальної дисципліни “Вплив медіа на формування громадської думки” є:

* надати студентам знання з основних напрямів, закономірностей, змісту і форм громадської думки;
* забезпечити розуміння основ формування громадської думки;
* осягнути основні способи впливу медіа на формування і розвиток громадської ;
* сформувати у студентів уявлення щодо розвитку громадської думки як соціального феномена.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

***знати :***

* об'єкт і предмет соціології громадської думки;
* особливості розвитку громадської думки як соціального феномена і як соціального інституту;
* специфіку природи і структури громадської думки;
* особливості процесів формування, функціонування, відображення та обліку громадської думки;
* загальні аспекти використання феномену громадської думки в політичній та економічній діяльності;
* особливості взаємопроникнення громадської думки і пропаганди, реклами, паблік релейшенз;
* соціально-психологічні аспекти функціонування та методи вивчення громадської думки;
* можливості впливу медіа на формування громадської думки.

***вміти:***

* знаходити аспекти програми соціологічного знання про феномен громадської думки при аналізі суспільних процесів;
* аналізувати механізм соціального управління громадської думки;
* аналізувати засади вливу ЗМІ на формування громадської думки;
* застосовувати різні технології при управлінні процесами розвитку громадської думки.
* творчо застосовувати набуті знання в процесі журналістської діяльності і наукової праці.

**3. Програма навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1. Громадська думка як соціальний феномен.**

**Тема 1.** **Громадська думка як соціальний феномен і об’єкт досліджень.** Поняття «громадська думка», її визначальні характеристики. Етапи розвитку громадської думки. Структура, основні компоненти. Функції громадської думки. Соціологія громадської думки як наука. Вплив мас-медіа на громадську думку. Історія вивчення взаємодії громадської думки та ЗМІ. Зарубіжна соціологія про вплив мас-медіа на громадську думку: основні етапи розвитку. Вітчизняна соціологія ХХ століття. Сучасні дослідження українських соціологів.

**Тема 2. Зародження, інституціоналізація та ідентифікація громадської думки.** Поняття про стадію зародження громадської думки як процес вироблення людьми власного ставлення до тих подій (явищ, ідей, фактів дійсності), що попали в поле їхнього зору. Ключові ознаки процесу зародження громадської думки. Соціальні норми, традиції та звичаї як механізми зародження громадської думки. Відомості про умови і форми зародження громадської думки. Структура процесу зародження громадської думки. Значуща подія, виникнення індивідуальних суджень, взаємодія думок у групах і створення колективного судження - як структурні елементи процесу зародження громадської думки. Особливості і способи зародження громадських думок у соціальних групах і спільнотах масового походження. Відомості про процес інституціоналізації громадської думки. Історичні умови та зміст етапів процесу інституціоналізації громадської думки.

**Тема 3.** **Стереотипи у громадській думці і ЗМК**. Теорія громадської думки У.Ліппмана. Стереотипи у громадській думці. Гендерні стереотипи. Вікові, професійні, соціальні стереотипи. Національні стереотипи (гетеростереотипи, автостереотипи) у ЗМІ та шляхи їх подолання. Упередження та фобії громадськості та їхнє функціонування у мас-медіа.

**Змістовий модуль 2.**

**Тема 4. Цілі, завдання та методи впливу ЗМІ на масову свідомість.** Поняття і сутність медіа-маніпуляцій. Основні прийоми та техніки впливу ЗМІ. Методи впливу засобів масової інформації на формування громадської думки. Ефективність медіа комунікації та її складові. Відділ зв’язків з громадськістю, прес-служба як регулятор громадської думки у ЗМІ. Цілі впливу ЗМІ на формування громадської думки. PR-діяльність та роль піар-агенств. Роль ЗМІ у виборчому процесі. Роль ЗМІ у політичній агітації та пропаганді.

**Тема 5.** **Реалізація технологій маніпулювання свідомістю за допомогою мас-медіа.** Маніпуляція в друкованих ЗМІ. Особливості маніпулятивних технологій за допомогою телебачення. Маніпулювання через Інтернет-ресурси.

**Тема 6.** **Способи захисту та боротьба з медіа-маніпулюванням.** Методи протидії маніпулятивним технологіям. Специфіка поняття “медіаграмотність”.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| денна форма | | | | | | | | | | заочна форма | | | | | | | | | |
| усього | | | у тому числі | | | | | | | усього | | у тому числі | | | | | | | |
| л | П | | лаб | | інд | с.р. | л | | П | Лаб | | Інд | | с.р |
| 1 | 2 | | | 3 | 4 | | 5 | | 6 | 7 | 8 | | 9 | | 10 | 11 | | 12 | | 13 |
| **Модуль 1** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Змістовий модуль 1.** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 1. Громадська думка як соціальний феномен і об’єкт досліджень.** | | 8 | 2 | | |  | |  |  | 6 |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Тема 2. Зародження, інституціоналізація та ідентифікація громадської думки.** | | 8 | 2 | | |  | |  |  | 6 |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Тема 3.** **Громадська думка: структура, етапи розвитку, функції.** | | 10 |  | | | 2 | |  |  | 6 |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Тема 4. Методологія дослідження громадської думки** | | 10 |  | | | 2 | |  |  |  |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Тема 5. Стереотипи у громадській думці і ЗМК** | | 10 | 2 | | | 2 | |  |  | 6 |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Разом за змістовим модулем 1** | | **46** | **6** | | | **6** | |  |  | **24** |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Змістовий модуль 2.** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 6**. **Цілі, завдання та методи впливу ЗМІ на масову свідомість.** | | 9 | 2 | | |  | |  |  | 5 |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Тема 7**. **Інструменти, методи та способи впливу медіа на формування громадської думки.** | | 7 |  | | | 4 | |  |  | 5 |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Тема 8. Реалізація технологій маніпулювання свідомістю за допомогою мас-медіа.** | | 9 | 2 | | | 2 | |  |  | 5 |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Тема 9. Способи захисту та боротьба з медіа-маніпулюванням** | | 9 | 2 | | | 2 | |  |  | 5 |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Тема 10.** **Роль нових медіа у формування громадської думки.** | | 7 |  | | | 2 | |  |  | 5 |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Разом за змістовим модулем 2** | |  | **6** | | | **12** | |  |  | **32** |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Усього годин** | | **90** | **12** | | | **18** | |  |  | **56** |  |  | |  | |  |  | |  | |
| **Модуль 2** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **ІНДЗ** | |  |  | | - | | - | |  | **10** |  |  | | - | | - | - | |  | |
| **Усього годин** | |  |  | |  | |  | |  | **60** |  |  | |  | |  |  | |  | |

**5. Теми семінарських занять. Згідно з програмою не передбачено**

**6. Теми практичних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва теми | Кількість  годин |
| 1 | **Громадська думка: структура, етапи розвитку, функції.** Етапи розвитку громадської думки. Структура, основні компоненти. Функції громадської думки. Соціологія громадської думки як наука. Історія вивчення взаємодії громадської думки та ЗМІ. | 2 |
| 2 | **Методологія дослідження громадської думки.** Опитування (інтерв'ю, телефонне, поштове, роздаткове, онлайн). Специфіка анкетування, типи запитань. Поради Дж. Геллапа до складання анкет. Метод спостереження: переваги і недоліки. Вивчення документів (контент-аналіз). Соціальний експеримент, його доцільність. Інші соціологічні процедури. | 2 |
| 3 | **Стереотипи, фобії, упередження та їх вплив на громадську думку.** Стереотипи у громадській думці. Гендерні стереотипи. Вікові, професійні, соціальні стереотипи. Національні стереотипи (гетеростереотипи, автостереотипи) у ЗМІ та шляхи їх подолання. | 2 |
| 3 | **Інструменти, методи та способи впливу медіа на формування громадської думки.** Технології формування громадської думки через ЗМІ. Механізми регулювання інформаційних потоків як метод зміни громадської думки. Роль та значення відомчих ЗМІ у формуванні громадської думки. Способи впливу медіа на формування громадської думки. | 4 |
| 4 | **Основні способи маніпулювання свідомістю громадськості та роль ЗМІ.** Маніпулятивна й гуманістична стратегія ЗМІ. Основи масовокомунікаційного впливу. Концептуальні та професійні засади масовокомунікаційного впливу. Масова сугестія та маніпуляція. | 4 |
| 5 | **Роль нових медіа у формування громадської думки.** Соціальні мережі та їх вплив на формування та становлення молоді. Інтернет комунікації та їх роль у формуванні громадської думки. «Диванний активізм» як проблема сучасної громадської активності. Роль нових медіа у організації та здійсненні суспільних рухів. | 2 |
|  | **Разом** | **18** |

**7. Теми лабораторних занять. Згідно з програмою не передбачено**

**8. Самостійна робота**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва теми | Кількість  годин |
| 1 | Громадська думка як соціальний феномен та об’єкт соціології. | 4 |
| 2 | Cтруктура, функції та динаміка громадської думки | 6 |
| 3 | Формування громадської думки | 6 |
| 4 | Форми прояву та критерії ідентифікації громадської думки | 4 |
| 5 | Методологічне та методичне забезпечення досліджень  громадської думки | 6 |
| 6 | Практичні аспекти методології та методики дослідження громадської думки | 4 |
| 7 | Особливості громадської думки у посткомуністичних суспільствах. | 6 |
| 8 | Основні способи маніпулювання свідомістю громадськості та роль ЗМІ. | 4 |
| 9 | Медійні технології маніпулювання свідомістю. | 4 |
| 10 | Нові медіа як сучасні інструменти впливу на свідомість молоді. | 6 |
| 11 | Маніпуляція в друкованих ЗМІ | 4 |
| 12 | Особливості маніпулятивних технологій за допомогою телебачення | 4 |
| 13 | Методи протидії маніпулятивним технологіям ЗМК. | 4 |
| 14 | Специфіка поняття “медіаграмотність”. | 2 |
|  | **Разом** | **60** |

**9. Індивідуальні завдання**

1. Проаналізувати статтю (на вибір студента) та визначити методи впливу на громадську думку, використані автором. Обґрунтувати.

2. Завдання теоретико-дослідницького характеру (огляд фахової періодики та складання реферату, тез, повідомлення).

**Перелік індивідуальних завдань:**

1. Роль ЗМІ у формуванні громадської думки та управлінні масовими емоціями.
2. Правила та методи PR у формуванні суспільної думки.
3. Маніпулятивні можливості мас-медіа.
4. Завдання та цілі політичної реклами.
5. ЗМІ у формуванні громадської думки та її вплив на соціальні процеси в умовах демократії.
6. Маніпулятивна й гуманістична стратегія ЗМІ.
7. Громадська думку як стан масової свідомості та як соціальний інститут.
8. Специфіка формування громадської думки в різних суспільствах.
9. Особливості реалізації громадської думки в сучасному українському суспільстві.
10. **Недержавні засоби масової комунікації як інститут громадянського суспільства.**
11. **Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства.**
12. Соціальні мережі як сучасні інструменти впливу на свідомість молоді.
13. Роль медіа в активізації політичних рухів та протестів.
14. Активізація подій під час Революції Гідності та роль ЗМК.
15. Проблематика війни: роль ЗМК.

**10. Методи навчання**

За джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні – розповідь, пояснення, дискусії, тренінги; наочні – презентація, ілюстрація; практичні – індивідуальні завдання, самостійна робота, практична робота.

За характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний.

За рівнем самостійної розумової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.

Задіяно практикум, спрямований на вироблення навичок самостійної моральної орієнтації майбутніх журналістів у складних професійних ситуаціях.

**11. Методи контролю**

Усний контроль у вигляді індивідуального та фронтального опитування. Письмовий контроль у вигляді контрольної роботи, виконанні індивідуальних завдань, поточного тестування, екзамену.

**12. Розподіл балів, які отримують студенти**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Поточне тестування та самостійна робота | | | | | | | | | Інд.завд. | КР | Екзамен | Сума |
| Змістовий модуль 1 | | | | | Змістовий модуль 2 | | | |
| Т1 | Т2 | Т3 | Т4 | Т5 | Т6 | Т7 | Т8 | Т9 | 10 | 15 | 30 |  |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 100 |

Т1, Т2 ... Т9 – теми змістових модулів.

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | ОцінкаECTS | Оцінка за національною шкалою | |
| для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | **А** | відмінно | Зараховано |
| 80 – 89 | **В** | добре |
| 70 – 79 | **С** |
| 60 – 69 | **D** | задовільно |
| 50 – 59 | **Е** |
| 26 – 49 | **FX** | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0-25 | **F** | незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

**Програмові вимоги із курсу «Вплив медій на формування громадської думки»**

1. Зазначити фактори які обмежують можливості маніпулювання громадською думкою. Обґрунтувати.

2. Визначити завдання та цілі політичної реклами

3. Охарактеризувати громадську думку як стан масової свідомості та як соціальний інститут.

4. Розкрити суть методів дослідження впливу засобів масової комунікації.

5. Сформулювати поняття «громадська думка». Громадська думка як соціальний інститут.

6. Визначити завдання та цілі політичної реклами.

7. Визначити види масовокомунікаційного впливу.

8. Розкрити суть маніпулятивних можливостей масс-медіа.

9. Визначити засоби та методи масовокомунікаційного впливу.

10. Визначити концептуальні засади масовокомунікаційних технологій.

11.Окреслити місію ЗМІ у формуванні громадської думки та управлінні масовими емоціями.

12. Проаналізувати специфіку функціонування громадської думки в різних суспільствах.

13. Окреслити стратегії маніпулювання за допомогою ЗМІ.

14.Охарактеризувати особливості реалізації громадської думки в сучасному українському суспільстві.

15. Особливості маніпулювання суспільною думкою за допомогою ЗМІ.

16. Проаналізувати та дати характеристику діяльності відділу зв’язків із громадськістю, прес-служби як регулятора громадської думки.

17.Пояснити суть пропагандистської технології.

18. Визначити роль ЗМІ у формуванні громадської думки та її вплив на соціальні процеси в умовах демократії.

19. Пояснити формування та сутність громадської думки.

20. Пояснити особливості масовокомунікаційного впливу.

21. Проаналізувати специфіку функціонування громадської думки в різних суспільствах.

22. Зазначити фактори які обмежують можливості маніпулювання громадською думкою.

23. Проаналізувати ЗМІ як ре регулятор громадської думки.

24. Визначити взаємодію ЗМІ з іншими інституційними системами суспільства.

25. Охарактеризувати ЗМІ як ре регулятора громадської думки.

**14.Рекомендована література**

**Базова**

1. Арато Е., Коен Д. Відродження, занепад і реконструкція концепції громадянського суспільства // Політична думка. - 1996 - №1 - С. 25-31.
2. Банчук М. Громадянське суспільство в Україні : поняття і реальність // Людина і політика – 2003 - №1. - С. 42-48.
3. Бебик В. Глобальне громадянське суспільство: теорія, методологія, менеджмент… // Політичний менеджмент - 2006 - №2(17) - С.140-147.
4. Белл Д. Взаємозв’язок держави і суспільства // Людина і політика - 2004 - №6 - С. 13-19.
5. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії громадянське суспільство / Пер. з нім. А.Онишко; [Ред. М.Прихода]. - [Львів: Літопис, 2000] – 317 с.
6. Гаджиев К.С. Концепция гражданского общества: идейные истоки и основные вехи формирования // Вопр. философии - 1991 - №7. - С. 19-35.
7. Громадянське суспільство в сучасній Україні: специфіка становлення, тенденції розвитку / За заг. ред. Ф.М. Рудича. - К.: Парламентське вид-во, 2006 - 412 с.
8. Джин Л. Коэн, Эндрю Арато. Гражданское общество и политическая теория. Пер. с. Англ. - М.: Изд-во «Весь мир», 2003 - 784 с.
9. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. - М.: Эксмо, 2003. – 832 с.
10. Карась А. Філософія громадянського суспільства в класичних теоріях і некласичних інтерпретаціях: Монографія. - Київ, Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003 - 520 с. Кириченко С.О. Громадянське суспільство і правова держава: поняття та зміст. - К.: Логос, 1999 - 47 с.
11. Кириченко С.О. Співвідношення понять правової держави і громадянського суспільства в Україні // Актуальні проблеми міжнародних відносин: збірник наукових праць (випуск 22, ч.1). - К.: Інститут міжнародних відносин при Київ. нац. унів. ім. Т.Шевченка, 2000 - С. 85-95.
12. Колодій А.Ф. Перешкоди на шляху інституціоналізації громадянського суспільства в Україні / Суспільні реформи та становлення громадянського суспільства в Україні: Матеріали науково-практичної конференції за міжнародною участю. – 30 травня 2001 р., м. Київ, Українська академія державного управління при президентові України. - Т.1-3. - К., 2001. - 276 с.
13. Колодій А.Ф. Історична еволюція громадянського суспільства та уявлень про нього (формування ідеалу) // Електронний незалежний культурологічний часопис «Ї». - 2001. - №21 - С. 23-42.
14. Конецкая В. П. Социология коммуникации. - М., 1997.
15. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии ХХ века. - Москва - Киев: "Рефл-бук", 2000.
16. Почепцов Г. Г. Психологические войны. - Москва - Киев: "Рефл-бук", 2000.
17. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. – К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260с.
18. Чалдини Р. Психология влияния. Убеждай, воздействуй, защищайся – СПб.: Питер, 2013. – 336 с.

**Додаткові джерела**

1. Одинцова М. А. Многоликость «жертвы», или немного о великой манипуляции. – Флинта , 2010 – 256 с.
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита. - М., 1996.
3. Зелинский С. А. Манипуляция массами и психоанализ. – СПб.: Издательско-Торговый Дом «Скифия», 2008 – 248 с.
4. 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.
5. 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.
6. Лукашевич М., Шандор Ф. Соціологія масової комунікації / Лукашевич М., Шандор Ф. - К.: Знання. - 2015. - 367 с.
7. Історія соціологічної думки: навчальний енциклопедичний словникдовідник. Наук.ред., передмова В. Піча – Львів : Новий Світ - 2000, 2016
8. [Фудорова О. М.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%A4%D1%83%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9E$) Роль мас-медіа у формуванні громадської думки щодо осіб з обмеженими можливостями: експертні оцінки / О. М. Фудорова // [Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9629137:%D0%A1%D0%BE%D1%86.%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BB.). - 2012. - № 993, Вип. 29. - С. 117-125.
9. [Курчина Т. О.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%87%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%A2$) Технології формування громадської думки через ЗМІ / Т. О. Курчина // [Українське журналістикознавство](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9671141). - 2013. - Вип. 14. - С. 36-39.
10. [Тонкіх І. Ю.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%A2%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%96%D1%85%20%D0%86$) Журналістські блоги як форма впливу на громадську думку в українських Інтернет-ЗМІ / І. Ю. Тонкіх // [Психолінгвістика](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9673578). - 2012. - Вип. 11. - С. 290-297.
11. [Пригорницька О.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%9E$) Регіональні ЗМІ як інструмент для маніпуляції громадською думкою / О. Пригорницька // [Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9670113). - 2015. - Вип. 41. - С. 588-600.
12. [Прохоров М.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%85%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B2%20%D0%9C$) Роль ЗМІ у становленні громадської думки Республіки Польщі / М. Прохоров // [Науковий вісник Чернівецького університету. Історія. Політичні науки. Міжнародні відносини](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9669219:%D0%86%D1%81%D1%82.,%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%BE%D0%BB.,%D0%BC%D1%96%D0%B6%D0%BD.%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BD.). - 2012. - Вип. 607-609. - С. 280-283.
13. [Богатирець В.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%91%D0%BE%D0%B3%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%80%D0%B5%D1%86%D1%8C%20%D0%92$) Вплив ЗМІ на демократичні трансформації та процес формування громадської думки / В. Богатирець // [Історико-політичні проблеми сучасного світу](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9671049). - 2014. - Т. 27-28. - С. 12-16.
14. [Кривенко С.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9A%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%A1$) Механізми регулювання інформаційних потоків як дискурсивний метод зміни громадської думки / С. Кривенко // [Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9628852:%D1%84%D1%96%D0%BB%D0%BE%D1%81.%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82.). - 2017. - Вип. 14. - С. 229-232.
15. [Легеза Ю. О.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9B%D0%B5%D0%B3%D0%B5%D0%B7%D0%B0%20%D0%AE$) Роль та значення відомчих ЗМІ у формуванні громадської думки / Ю. О. Легеза // [Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9669872). - 2005. - Вип. 29. - С. 194-197.